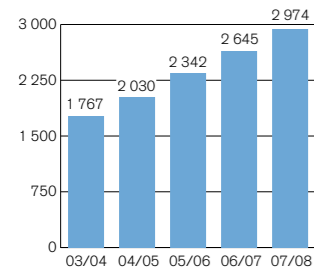


Engagerade och kunniga medarbetare - kärnan i varumärket Clas Ohlson

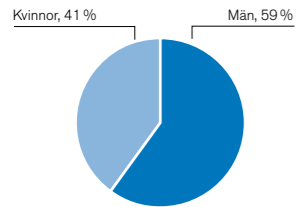
En jämnare könsfördelning

Målet i årets jämställdhetsplan är att uppnå en jämnare könsfördelning inom varje avdelning. Vårt mål är att ingen yrkesgrupp ska bestå av mindre än 40 procent av det ena könet.

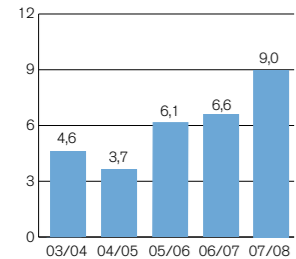
Totalt antal anställda



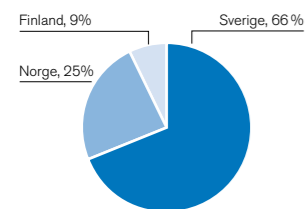
Antal anställda, män/kvinnor



Personalsättning



Medarbetare per land



Clas Ohlsons medarbetare är kärnan i varumärket Clas Ohlson och det förtroende som kunderna ger oss. En vanlig kommentar som vi får från våra kunder är att man förväntar sig lite mer av Clas Ohlson, att vi ger bra service och att vi har trevliga och kunniga medarbetare. Vi ska vara en attraktiv arbetsgivare som kan attrahera och behålla branschens bästa medarbetare. För att nå målet lägger vi stor vikt vid rekrytering, kontinuerlig kompetensutveckling och en företagskultur som bygger på gemensamma värderingar.

Clas Ohlson-andan

Vår företagskultur präglas av Clas Ohlsons starka entreprenörskap och personliga omsorg om både kunder och medarbetare. Den särskilda Clas Ohlson-anda, som utvecklats under åren, kännetecknas av en positiv anda, engagemang, lojalitet, servicevilja, en familjär laganda och nytänkande. Alla möten mellan medarbetare och kunder ska präglas av tillgänglighet, värme och servicevilja. Med kunden i fokus jobbar vi tillsammans, oavsett funktion, mot våra uppsatta mål.

Det är varje medarbetares ansvar att bidra till att vårda och utveckla företagskulturen. Vår snabba expansionstakt – med 15 nya butiker och mer än 300 nya medarbetare under verksamhetsåret – gör detta särskilt viktigt.

Intressanta karriärmöjligheter

Clas Ohlsons snabba expansion skapar förutsättningar för medarbetarna att utvecklas och göra karriär inom företaget. Vi har en hög rörlighet mellan butikerna och intresset för att arbeta i andra länder ökar. I samband med uppbyggnad av nya butiker tillsätts projektteam där medarbetare från huvudkontoret, från distributionscentralen och från olika butiker deltar i förberedelserna som krävs för att öppna en ny butik. Den förestående expansionen i Storbritannien ger nya möjligheter för våra medarbetare att under kortare eller längre perioder, arbeta utomlands.

En hög andel interna rekryteringar säkerställer också den kontinuitet och

tradition som vi eftersträvar. Av verksamhetsårets 24 nya chefer kommer 9 från våra egna led.

Clas Ohlson Academy

Clas Ohlson Academy, vårt interna utvecklingscentrum, är ett nytt initiativ för att samla våra utvecklings- och utbildningsverksamhet i en sammanhållen enhet. Clas Ohlson Academy ska säkerställa att Clas Ohlson har den kompetens som behövs inför framtiden, och att skapa förutsättningar för interna karriärvägar. En viktig uppgift är också att vårda, utveckla och sprida Clas Ohlson-andan.

Under verksamhetsåret har verksamheten främst inriktats på utbildningar som riktar sig till chefer och arbetsledare som vill utvecklas i sitt ledarskap, men också till andra medarbetare som i ett längre perspektiv vill utveckla sina ledarskaper.

Clas Ohlson Academy ansvarar för att våra butiksmedarbetare får den kompetens som krävs för att ge kunderna en god service. Vi lägger stor kraft och omsorg på introduktionsutbildningar för att nya medarbetare ska integreras i vår företagskultur. Teori och praktik blandas med olika aktiviteter i syfte att stärka lagandan inom arbetsgruppen som är ansvarig för en butik eller någon annan verksamhet inom koncernen. Utbildningen omfattar Clas Ohlsons historia och värderingar, kundbemötande, kundtjänstpolicy, produktkunskap och arbetsrutiner.

Utbildningarna sker huvudsakligen på plats i Insjön men även interaktivt via vårt intranät och videokonferensanläggning. De interaktiva produktutbildningarna har utvecklats ytterligare och blivit ett uppskattat sätt att snabbt och enkelt ta del av ny information. Våra säljutbildningar filmas och distribueras via koncernens nät av videokonferensanläggningar. Genom denna kanal når vi alla medarbetare och kunskapen om sortimentet och andra aktuella frågor höjs i våra butiker. På så sätt säkerställer vi att våra medarbetare är väl förberedda att möta våra kunder och att ge dem råd och vägledning kring våra produkter och de vardagsproblem som de behöver hjälp med.

Många vill jobba på Clas Ohlson

Clas Ohlson ses som en attraktiv arbetsgivare och intresset för att arbeta hos oss är stort. Det visar inte minst antalet ansökningar till våra nya butiker. I genomsnitt får vi i Sverige 1 000 ansökningar per 20 platser och av dessa tar vi ut 200 (eller ca 20 procent) till intervju.

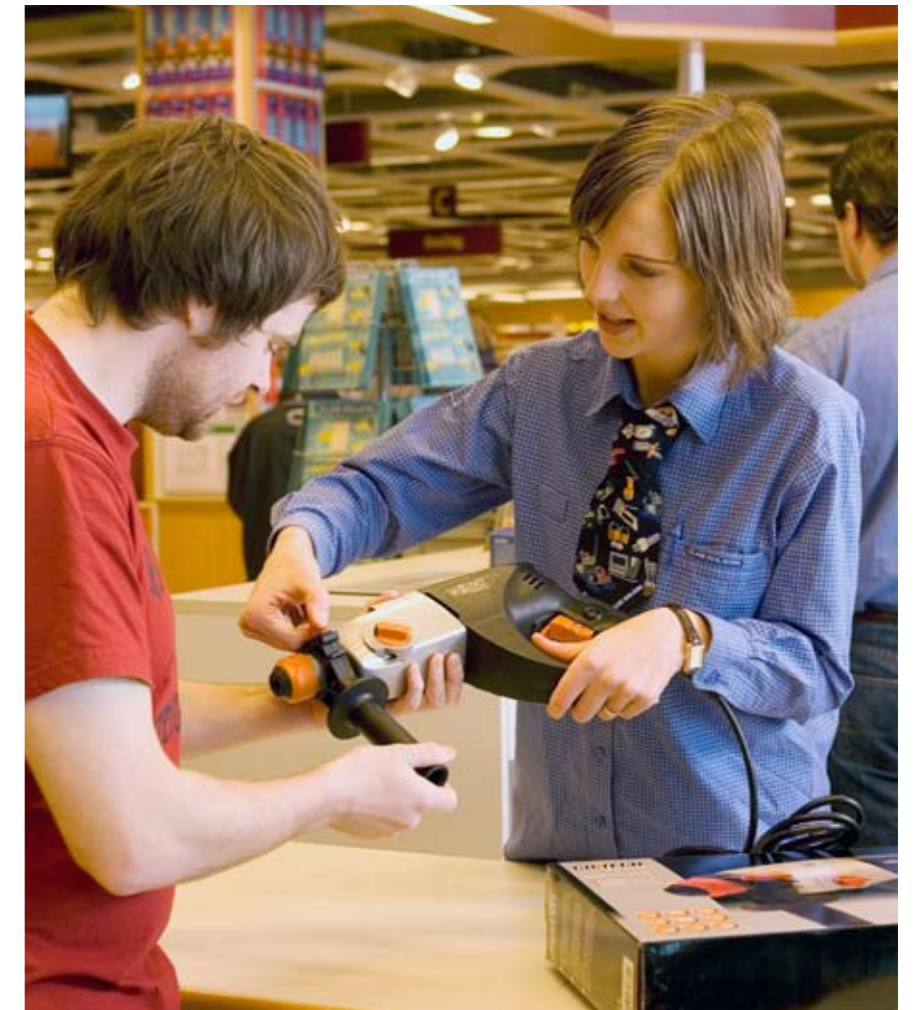
För att effektivisera och kvalitetssäkra rekryteringsprocessen har IT-stödet utvecklats, vilket ger oss möjlighet att jobba mer kvalitativt med urvalet och säkerställa att vi täcker de kompetenser som behövs för att möta kunderna på alla bästa sätt.

Clas Ohlson har en hög trivselfaktor och en bra arbetsmiljö, vilket inte minst visar sig i en för branschen låg personalomsättning och låga ohälsotal. Vi har en generös personalpolitik med konkurrenskraftiga löner och andra förmåner baserade på kompetens och prestation.

Löner och förmåner

Clas Ohlson lönepolicy innebär att lönerna ska vara konkurrenskraftiga och i nivå med eller bättre än andra företag i branschen. Alla medarbetare har, utöver den fasta lönen, någon form av resultatlön, oavsett om man arbetar i butik, lager eller på huvudkontoret. För butikssäljarna är en del av månadslönen baserad på försäljning och resultat i respektive land, region eller butik. Motsvarande gäller för våra medarbetare på lagret med den skillnaden att lönen baseras på hela koncernens försäljning. Tjänstemännen har ett vinstdelningssystem som baseras på koncernens resultat. För befattningshavare i chefs- eller nyckelfunktioner är en del av lönen rörlig och kopplad till koncernens resultat och den egna funktionens måluppfyllelse. För ledande befattningshavare och andra personer som bedöms ha stor möjlighet att påverka koncernens långsiktiga utveckling har också ett långsiktigt aktierelaterat incitamentsprogram införts. Se vidare sidan 44.

Övriga förmåner är till exempel löneutfyllnad för föräldralediga, friskvårdsbidrag, fri tillgång till frukt och kaffe på arbetet och personalrabatt.



Clas Ohlsons utbildningar

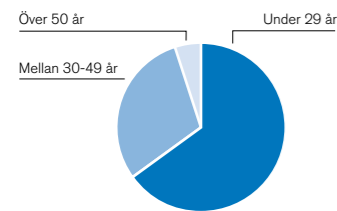
Chefer & arbetsledare		
Ledarskap ur ett hälsoperspektiv, arbetsrätt, medarbetarsamtal m m		
Specialistutbildningar		
Områdesansvariga i butik, produktutbildningar m m		
Breddkompetens		
Säljande kundbemötande, friskvårdsföreläsningar, introduktion för nyanställda, brandskydd, interaktiv produktutbildning m m		
Utbildning, intern tid	antal timmar	andel %
Chefer & arbetsledare	10 805	15
Specialistutbildningar	8 120	12
Breddkompetens	50 705	73
Totalt	69 630	100

Vi delar upp våra utbildningar i tre segment, Chefer & arbetsledare, Specialistutbildningar och Breddkompetens. Totalt har vi lagt ner 69 630 timmar på utbildning under verksamhetsåret.

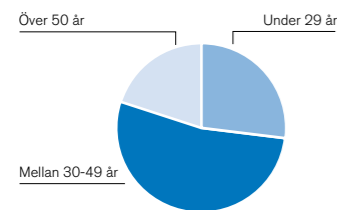
En ung organisation

En stor del av våra medarbetare är yngre än 29 år. Det är naturligt eftersom många av medarbetarna i våra butiker arbetar deltid. Vanligt förekommande är studerande som arbetar under helger och kvällar i någon av Clas Ohlsons butiker.

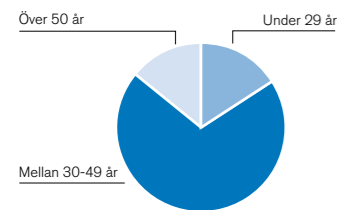
Åldersfördelning Butik



Åldersfördelning Distributionscentral



Åldersfördelning Tjänstemän



Personalomsättning

Bland heltidsanställda i koncernen uppgick personalomsättningen till i genomsnitt 9,0 procent (föregående år 6,6 procent). Ökningen beror främst på en generell god arbetsmarknad och därmed ökad rörlighet. Bland deltidsanställda är omsättningen högre, vilket är naturligt eftersom vi har ett flertal studerande som arbetar deltid under studieperioden. För våra medarbetare i Insjön på huvudkontoret och distributionscentralen var personalomsättningen under samma period 1,9 procent (föregående år 1,0 procent).

Mångfald berikar

Vi är övertygade om att en inspirerande arbetsmiljö och ett bra resultat uppnås genom en jämn fördelning av medarbetare med olika erfarenheter, kön, ålder och bakgrund.

Koncernens jämställdhetspolicy ligger till grund för vår jämställdhetsplan som uppdateras löpande. Under de senaste

åren har målet varit att uppnå en jämnare könsfördelning inom varje avdelning, dels genom strategisk kompetensutveckling, dels genom att vi prioriterar en jämn könsfördelning vid rekrytering till nya tjänster. Målsättningen är att ingen yrkeskategori ska ha en fördelning mindre än 40-60, det vill säga att inget kön ska ha lägre andel än 40 procent i respektive yrkeskategori. För verksamhetsåret var 41 procent av koncernens medarbetare kvinnor vilket är en ökning med en procentenhet jämfört med föregående år. Vårt arbete med att öka andelen kvinnor i chefsposition har också gett resultat, och andelen kvinnliga butikschefer har ökat till 29 procent, varav 36 procent i Sverige. Andelen kvinnor bland de ledande befattningshavarna i koncernen ökade från 11 procent till 22 procent.

Hälsa och friskvård

Det övergripande målet för vårt hälso- och friskvårdsarbete är att skapa en god arbetsmiljö där medarbetarna kan känna trygg-

het, arbetstillfredsställelse och gemenskap.

Under 2007/08 uppgick den totala sjukfrånvaron till 3,9 procent, vilket är en minskning med 0,2 procentenheter jämfört med 2006/07 (4,1 procent). Andelen långtidssjuka av den totala sjukfrånvaron har under samma period minskat från 37 procent till 31 procent.

Vår hälsostrategi bygger på att skapa förutsättningar för såväl fysiskt som psykiskt välbefinnande på arbetsplatsen. Hälsoperspektivet ingår som en naturlig del i vårt systematiska arbetsmiljöarbete. För att hålla detta levande informerar vi regelbundet våra skyddsombud och hälsoinspiratörer som överför kunskap till sina kollegor.

Antal anställda*	Sverige	Norge	Finland	Totalt
Butik	1 289	692	232	2 213
Distributionscentral	355	0	0	355
Tjänstemän	318	63	25	406
Totalt	1 962	755	257	2 974
- varav kvinnor, %	41	37	48	41

Genomsnittlig anställningstid i företaget, år*	Sverige	Norge	Finland	Totalt
Tjänstemän	7	6	3	6
Butik/Distributionscentral	7	2	1	5

Genomsnittlig sjukfrånvaro, %	Sverige	Norge	Finland	Totalt
Total sjukfrånvaro	3,9	6,0	3,7	3,9
- varav långtidssjukfrånvaro	3,1	5,4	1,7	3,0
- varav män	3,0	4,8	2,4	3,0
- varav kvinnor	5,3	8,1	5,3	5,4
- varav anställda -29 år	3,0	5,1	3,9	3,2
- varav anställda 30-49 år	4,5	7,3	3,2	4,4
- varav anställda 50 år-	4,9	6,6	5,6	4,9

* 2008-04-30



Utbildning i Insjön

För alla medarbetare som rekryteras till nya butiker anordnar vi en utbildning i Insjön. Teori och praktik blandas med aktiviteter i syfte att stärka lagandan inom gruppen.

Vårt sociala ansvar och arbete för mänskliga rättigheter

Vår uppförandekod

1. Lagliga krav
2. Arbetsmiljö
 - Hälsa och säkerhet
 - Bostäder
3. Arbetsvillkor
 - Diskriminering
 - Tvångsarbete
 - Disciplinära åtgärder
 - Barnarbete
 - Löner och arbetstider
 - Föreningsfrihet och rätten till kollektiv löneförhandling
 - Alkohol och droger
4. Miljö
5. Tillämpning och uppföljning

Uppförandekoden i korthet

Clas Ohlsons uppförandekod (Code of Conduct) ska vara ett stöd för våra leverantörer i arbetet att förbättra arbetsmiljö och arbetsvillkor samt minska sin miljöpåverkan. Den stödjer FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer för multinationella företag. Det är vår inköpsorganisation, i samarbete med vår CSR-organisation, som har ansvar för att informera leverantörer, samt stödja arbetet och följa upp att koden efterlevs.

När det gäller den fullständiga uppförandekoden finns denna på vår hemsida www.clasohlson.se.

Clas Ohlson ska bidra till att främja de mänskliga rättigheterna i de länder där vi är verksamma. Vi har ett ansvar, inte bara för vår egen personal, utan även för dem som arbetar i företag som tillverkar de produkter vi säljer.

Vårt ansvar innefattar att ställa krav och att stödja våra leverantörer och tillverkare att förbättra sin verksamhet avseende mänskliga rättigheter och miljöpåverkan.

Clas Ohlson blir en allt större inköpare av både produkter och tjänster i olika länder, vilket ökar våra möjligheter att bidra till bland annat en förbättrad arbetsmiljö och arbetsvillkor samt en så liten miljöpåverkan som möjligt i de delar av världen där vi är verksamma. Det är ett långsiktigt och komplext arbete som kräver både engagemang och arbetsinsatser från hela vår organisation och de leverantörer, tillverkare och andra organisationer vi samarbetar med.

Vårt ansvar

Vårt ansvar är att upprätthålla och utveckla ett ekonomiskt sunt och framgångsrikt företag med en långsiktigt hållbar verksamhet som tar ansvar för människa och miljö. Från vår grundare Clas Ohlson finns en tradition av familjekänsla och ansvarstagande. Företaget har en stark intern kultur, Clas Ohlson andan, som bygger på ett antal värderingar och förhållningssätt. Dessa kärnvärden för vi med oss in i nya länder genom våra butiksetableringar och i vårt förhållningssätt till våra samarbetspartners. För mer information när det gäller företagskulturen, se medarbetaravsnittet på sidan 14.

Clas Ohlson har ingen egen tillverkning och äger inga fabriker. Vi är ett renodlat detaljhandelsföretag som köper in produkter från ett stort antal olika leverantörer,

agenter och tillverkare runt om i världen och säljer via vårt butiksnät och distanshandel. Vårt CSR-arbete (Corporate Social Responsibility) inriktas på vår egen verksamhet, dvs. vår direkta påverkan på människa och miljö, och på hur våra leverantörers verksamhet påverkar människa och miljö. Vi ska beakta hela produktens livscykel, dvs. hur den tillverkas, används och dess påverkan på miljön när den är uttjänt.

Vår ambition

Vi ska erbjuda våra kunder kvalitativa och prisvärda produkter samtidigt som vi bidrar till en hållbar utveckling för människa och miljö. Detta är ett långsiktigt arbete där vi arbetar med ständiga förbättringar. Vår ambition är att stanna och påverka i de länder där villkoren för människa och miljö inte har kommit lika långt som i t.ex. Sverige.

Vår uppförandekod (Code of Conduct)

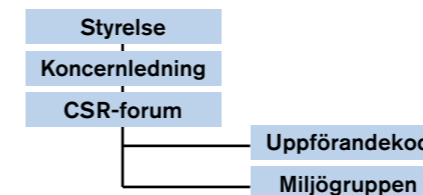
Uppförandekoden innehåller de krav vi ställer på oss själva och våra leverantörer gällande arbetsmiljö, arbetsvillkor och miljöpåverkan i samband med tillverkning av de produkter och tjänster som vi köper. Av de produkter vi säljer har drygt hälften tillverkats i Asien. En tredjedel av vårt sortiment köper vi in själva, via inköpsagenter i Asien, direkt från olika leverantörer och tillverkare. För dessa inköp har vi ett särskilt stort ansvar och möjligheter att påverka positivt genom att kontrollera och stödja leverantörerna i deras arbete för bättre villkor för deras medarbetare och för miljön. För närvarande är Clas Ohlson beroende av ett nära samarbete med våra inköpsagenter som tillsammans med våra inköpare, våra egna CSR-revisorer och externa revisionsföretag ska föra dialogen med våra leverantörer.

Mål och strategier

Clas Ohlson ska bidra till att förbättra de mänskliga rättigheterna i de länder där vi är verksamma. CSR-perspektivet ska vara med i alla väsentliga affärsbeslut och en integrerad del av våra olika processer. Vi ska ta vara på de affärsmöjligheter som finns genom att söka nya lösningar på de utmaningar som vi och vår omvärld möter gällande socialt ansvarstagande och miljöpåverkan.

Vi har under verksamhetsåret etablerat ett nytt CSR-forum med VD samt andra

medlemmar av koncernledningen som är ansvariga för bland annat företagets inköp, logistik, arbetsmiljö- och andra personalfrågor samt information. Forumets uppgift är att sätta mål, strategier och aktiviteter för de närmaste åren och att följa upp att företaget på ett effektivt sätt arbetar mot uppsatta mål. I forumet finns också Clas Ohlsons interncontroller, uppförandekod-ansvarig och miljöansvarig som koordinerar det operativa arbetet inom respektive område.



Några av de åtgärder som vi vidtar innefattar:

- Minskat antal tillverkare
- Större kontroll och närhet genom nytt inköpskontor i Kina
- Samarbeta med branschöverskridande organisationer
- Utökad kontrollorganisation med rekrytering av interna revisorer med fokus på hållbar utveckling
- Fortsatta utbildningsinsatser både internt och externt
- Utökad antal utvärderingar av leverantörer och att åtgärda avvikelser

Under verksamhetsåret har vi påbörjat etableringen av ett kontor i Shanghai för att komma närmare våra leverantörer och att bygga upp en kontroll- och stödorganisation som kan besöka olika leverantörer och tillverkare regelbundet, kontrollera att koden följs och att genom information och utbildning hjälpa leverantörerna i sitt arbete med att förbättra de sociala och miljömässiga aspekterna av deras tillverkning.

Många utmaningar i arbetet med leverantörskontroll

Vårt sortiment omfattar 15 000 olika artiklar och vi har fler än 800 leverantörer. En leverantör kan i sin tur ha en eller flera tillverkare, vilket ställer krav, både på oss och våra leverantörer att gå vidare i kedjan

och säkerställa att koden efterlevs även bland underleverantörer. Det stora antalet leverantörer och tillverkare innebär att det är ett omfattande och komplicerat arbete att se till att uppförandekoden tillämpas på alla punkter. Information och utbildning är centralt i arbetet eftersom det gäller att, tillsammans med leverantörerna, etablera en process som bygger på ständiga förbättringar. Några av de utmaningar som finns i flera länder i Asien är övertidsarbete, inga eller svaga fackföreningar, låg kunskap bland medarbetare om deras rättigheter, bristande arbetsmiljö och bristfällig skyddsutrustning. Det förekommer också korruption med till exempel manipulerade tidrapporter, mutor och annat som försvårar kontrollarbetet. Alla företag som direkt eller indirekt har verksamhet i Asien möter dessa utmaningar och kan på olika sätt bidra till att villkoren förbättras. Clas Ohlsons strategi är att använda en kombination av egna CSR-revisorer och externa revisionsföretag för att minimera risken för att kontrollen ska vara felaktig eller bristfällig.

Våra verktyg och processer

Arbetsprocessen börjar med att vår uppförandekod skickas till våra leverantörer och tillverkare. De allra flesta är villiga att underteckna koden och att, i dialog med oss, arbeta för att förbättra eventuella punkter som de inte uppfyller från början. Om en leverantör inte vill följa koden avslutas samarbetet.

Under verksamhetsåret 2007/08 har drygt 97 procent av våra leverantörer tagit del av och undertecknat Clas Ohlsons uppförandekod. Samarbetet har avslutats med 13 leverantörer på grund av en ovilja eller oförmåga att leva upp till våra krav. Alla nya leverantörer måste besökas av oss eller någon av våra agenter innan de får leverera varor.

Det finns olika sätt att bedöma leverantörer och tillverkare, var av revisioner är en del. Vi arbetar också med självutvärderingar där leverantören kan identifiera eventuella brister gällande de krav vi ställer. Cirka 300 av våra leverantörer har hittills gjort en självutvärdering som de delgett oss. Våra egna inköpare gör också en så kallad snabbutvärdering i samband med leverantörsbesök. Under verksamhetsåret gjordes 26 snabbutvärderingar. Den mest omfattande kontrollen görs vid en leverantörsrevision eller så kallad audit.

I samband med en revision hos en tillverkare går vi igenom tillverkningsanläggningen och tar del av olika dokument som visar på schemaläggning och andra förhållanden. Besöket dokumenteras i en rapport med en handlingsplan och åtgärder som måste vidtas i de fall då tillverkaren inte efterlevt kodens olika kriterier. Om en allvarlig avvikelse identifierats måste bristen rättas till direkt för att tillverkaren ska få fortsätta att vara leverantör till Clas Ohlson.

Egen kontrollorganisation byggs upp i Shanghai

Efter det inledande besöket vid en tillverkningsanläggning sker återbesök, både föranmälda och oanmälda. Under verksamhetsåret har vi genomfört 40 revisioner varav merparten genom ett externt revisionsföretag specialiserat på socialt ansvarstagande och mänskliga rättigheter. För att kunna kontrollera att koden följs av våra leverantörer, och för att hjälpa dem med information och utbildning, kommer vi att rekrytera 5-10 CSR-revisorer varav några kommer att arbeta med administration och systemstöd för att hantera den stora mängd dokument som uppstår i kontrollarbetet. I juni 2008 hade fyra personer rekryterats till CSR-kontoret i Shanghai. Ett företagsbesök tar två dagar att genomföra, vilket innebär att en revisor kan genomföra cirka 75-80 besök per år. Därutöver ska vi fortsätta att genomföra kompletterande revisioner med hjälp av externa revisionsföretag.

Eftersom Clas Ohlson vid vissa fabriker endast köper mindre än en procent av den totala produktionen, är det en stor fördel att samarbeta med andra kundföretag för att hjälpa tillverkaren att förbättra sin verksamhet mot uppsatta krav och mål. Ju större kund eller kundgrupp som ställer krav, desto större möjlighet att få genomslag.

Vi strävar efter långsiktiga relationer med våra leverantörer och tror på en aktiv dialog och samarbete. Efterhand som vi arbetar med koden och lär av våra erfarenheter vid dess genomförande kommer den att successivt anpassas och utvecklas.

Vi tar ansvar för miljön

För Clas Ohlson är det angeläget att minimera företagets miljöpåverkan och att säkerställa en långsiktigt hållbar verksamhet. Under verksamhetsåret har vi fortsatt att arbeta aktivt utifrån våra miljömål och handlingsplaner.

Vår miljöpåverkan

Clas Ohlson säljer produkter via egna butiker och distanshandel.

Vi påverkar huvudsakligen miljön genom

- transporter av produkter, från tillverkare via lager och butiker, till kund
- produkternas innehåll av miljöbelastande ämnen
- tryckning och distribution av kataloger och broschyrer
- användning av förpackningar
- energianvändningen i verksamheten

Vår miljöpolicy

Vi ska genom ett aktivt miljöarbete verka för en hållbar samhällsutveckling för kommande generationer.

Vi ska verka för att kontinuerligt minska vår direkta och indirekta miljöpåverkan. Miljöarbetet är en integrerad del av hela Clas Ohlsons verksamhet. Miljöperspektivet ska vara med i alla viktiga beslut med inriktning på att skapa långsiktigt värde för Clas Ohlsons kunder, medarbetare och aktieägare och för samhället i stort. Självklart ska vi också efterleva tillämpliga lagar och andra miljökrav.

Miljöarbetet utgår från ett livscykelperspektiv. Vi ska därför arbeta för

- kontinuerlig dialog i miljöfrågor med våra leverantörer och tillverkare för att sätta relevanta krav och nå uppsatta mål
- öka våra medarbetares kunskaper i miljöfrågor och stimulera till delaktighet i miljöarbetet
- öka andelen produkter med förbättrad miljöprestanda avseende material, energi och kvalitet
- förbättra den miljörelaterade informationen till kunderna
- åtgärder mot uppkomst och spridning av miljöstörande ämnen (till exempel flamskyddsmedel)

Miljömål

Clas Ohlsons miljöarbete inriktas på fem olika områden.

Transporter

Vi ska, i takt med samhälls- och teknikutvecklingen, minska våra transporters energiförbrukning och utsläpp av föroreningar per tonkilometer, inom transportområdena utfrakter, infrakter Europa och infrakter Asien.

Produkter

Vi ska, där så är möjligt, välja produkter med känd och låg miljöpåverkan.

Förpackningar

Vi ska, i samarbete med våra leverantörer, minska andelen miljöbelastande produktförpackningar.

Trycksaker

Vid produktion av trycksaker ska vi välja teknik och material som har låg miljöpåverkan.

Energianvändning

Energianvändningen vid egna och hyrda lokaler och fastigheter ska vara dokumenterad. Den ska för distributionscentralen, huvudkontoret och våra butiker styras mot preciserade besparingsmål i kWh per kvadratmeter och år.

Från mål till handling

För att underlätta miljöarbetet har vi brutit ner de övergripande miljömålen i detaljerade mål och med ett tydligt ägande inom organisationen.

För mer utförlig information om vårt miljöarbete hänvisar vi till vår hemsida www.clasohlson.se.

Totala koldioxidutsläpp

Clas Ohlsons totala koldioxidutsläpp vid transporter och resor uppgick under 2007 till 9,9 kton jämfört med 8,3 kton under 2006. För transporter innebär detta 5,4 gram/tonkm jämfört med 5,5 gram/tonkilometer 2006.

Transporter

När det gäller vår största miljöpåverkan, transporter, är det glädjande att konstatera att den fortsätter att minska något. Våra

utsläpp per tonkilometer fortsatte att minska under 2007 både när det gäller utfrakter och infrakter. När det gäller utfrakter beror minskningen bland annat på att anlitade åkerier, på vår begäran, använder fordon som ger mindre utsläpp per tonkilometer genom nyare motorer. När det gäller infrakter beror minskningen på att andelen lastbilstransporter minskar till förmån för tåg och båt.

Produkter och förpackningar

Vi har börjat mäta förekomsten av PVC i våra produkter och förpackningar. För närvarande har vi identifierat 301 produkter och 78 förpackningar som innehåller mer än 5 procent PVC. Vårt mål är att årligen minska antalet produkter och förpackningar som innehåller PVC.

Vår ambition är även att minska förekomsten av mjukgörare i plaster. I synnerhet gäller detta produkter där användningen medför hudkontakt. De regler som finns gällande mjukgörare i platsleksaker tillämpar vi även för övriga produktkategorier.

Trycksaker

Clas Ohlson har sedan 1918 årligen gett ut en katalog. Katalogen trycks enligt Svanenmärkt kriterier och distribueras i huvudsak tillsammans med varuleveranser till våra butiker.

Utöver katalogen gör vi återkommande utskick av direktreklam som trycks på Svanenmärkt papper.

Clas Ohlsons årsredovisning distribueras endast till de aktieägare som begärt att få tryckt information från företaget. Detta leder till en väsentligt minskad upplaga och därmed minskad miljöpåverkan. Istället eftersträvar vi, att alla som kan, ska ta del av vår ekonomiska information via internet. Årsredovisningen trycks på Svanenmärkt papper.

Energianvändning

Energianvändningen har delats in i tre olika områden: butikernas elförbrukning, huvudkontorens el- och oljeförbrukning samt distributionscentralens el- och oljeförbrukning. Förbrukningen mäts per år och kvadratmeter golvyta. Nyckeltalen är normalårskorrigerade, det vill säga justerade för eventuella

avvikelser i genomsnittstemperaturer. Nyckeltalen har förbättrats framför allt när det gäller oljeförbrukningen. Detta eftersom vi använt elpanna i Insjön som uppvärmning i högre grad än i fjol. Under verksamhetsåret 2008/09 tas ytterligare ett steg då delar av anläggningen kommer att värmas av biobaserad fjärrvärme.

Energianvändningen i butik varierar kraftigt mellan olika butiker. Individuella mål sätts för varje butik tillsammans med en åtgärdslista och tidsplan. Förbättringarna uppnås genom en kombination av utbildning av medarbetarna, konsekvent användning av lågenergilampor och andra tekniska hjälpmedel.

Lagar och riktlinjer

Clas Ohlson ingår i Elkretsen som är den svenska elbranschens gemensamma bolag för hantering av avfall från elektriska och elektroniska produkter. Eftersom vi säljer många sådana produkter har vi ett ansvar att ta hand om avfallet, enligt en förordning avseende producentansvar som infördes den 1 juli 2001.

Genom EU-direktivet WEEE (Waste Electrical and Electronic Equipment), som trädde i kraft 2005, har ansvaret ytterligare skärpts. Clas Ohlson följer också RoHS-direktivet (Restriction of certain Hazardous Substances) som syftar till att minska förekomsten av fyra tungmetaller samt två typer av bromerade flamskyddsmedel. EU:s kemikalielagstiftning Reach (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) trädde i kraft den 1 juni 2007 och ersätter till stora delar de nationella lagarna inom kemikaliehantering. Reglerna börjar gälla stegvis och tillämpningen kommer att utökas under de närmaste åren. Clas Ohlson anpassar organisationen för att även klara den framtida lagstiftningen.

Butiker i centrala lägen

Clas Ohlsons strategi är primärt att etablera butiker centralt i städerna, det vill säga där människor rör sig i sin vardag. Detta möjliggör för kunderna, i de flesta fall, att lätt ta sig fram till butiken utan användning av bil. Vår uppfattning är att det är att föredra både för kunderna och för miljön.



Bra miljöval
Clas Ohlson var under 2007 ett av de företag som uppfyllde kriterierna för Bra miljöval enligt transportföretaget Green Cargo. Transportören, som står för nära 80 procent av Sveriges godstransporter på räls, ger varje år ut ett Bra miljöval-intyg till de företag som klarar kriterierna. Vi ser intyget som ett erkännande för våra ökade satsningar på godstransporter via järnväg.

793 85 Insjön
Tel: 0247-444 00
Fax: 0247-444 25
www.clasohlson.se

Organisationsnummer: 556035-8672

CLAS OHLSON
Allt för en enklare vardag