



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2019

for Holzweiler Items AS

□



Til lesere av rapporten

Næringslivet spiller en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Et velfungerende og ansvarlig næringsliv bidrar til bærekraftig utvikling gjennom verdi- og jobbskaping, og med nye løsninger på globale utfordringer. Likevel kan virksomheter også medvirke til negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Medlemmer i Etisk handel Norge har derfor forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for å jobbe for mer bærekraftig forretningspraksis.

Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Medlemmene er forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene. Nå i 2020, er rapporteringsmalen ny og er bygget rundt OECDs modell for aktsomhetsvurderinger. Det er nytt for oss, og det er nytt for våre medlemmer. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

Malen for medlemsrapporteringen søker å svare på forventningene til arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Rapporteringen til Etisk handel Norge dekker vesentlige elementer i rapporteringsrammeverket til Global Report Initiative (GRI) og kan benyttes som framdriftsrapport til Global Compact.

Heidi Furustøl

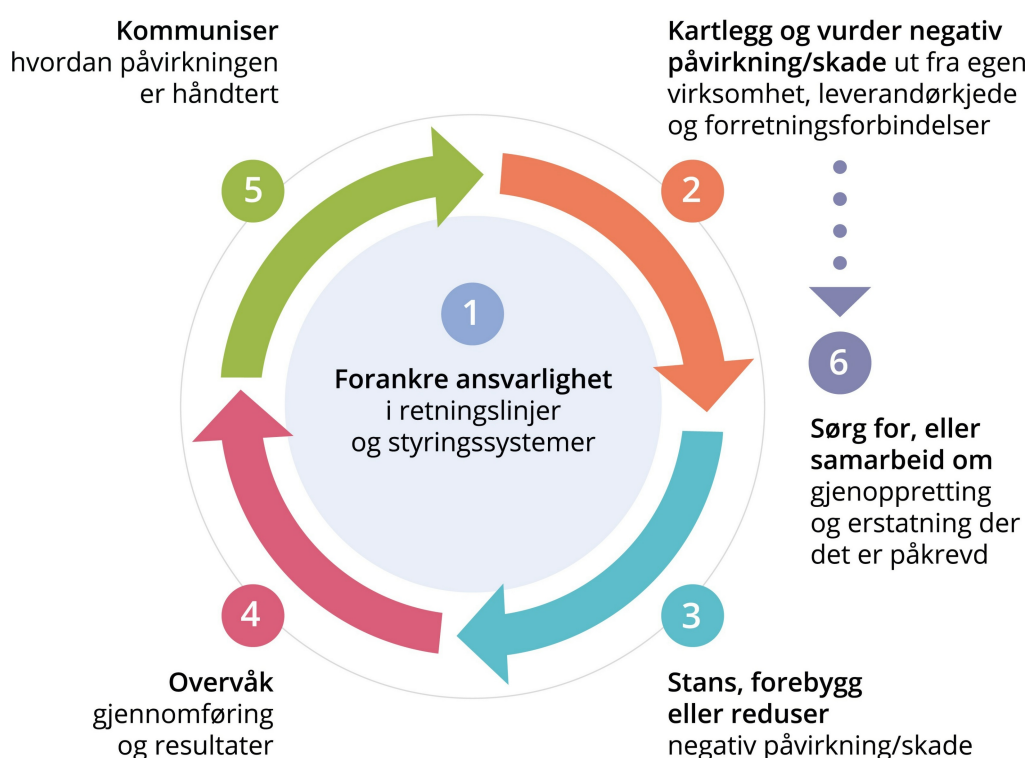
Daglig leder

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

Det er ingen tvil om at klesbransjen står ovenfor store utfordringer og endringer de neste årene, men vi tror også det vil komme store muligheter.

Det største målet for 2020 er å utvikle en god og gjennomførbar strategi som skal gjøre oss mer bærekraftig, og ruste oss for fremtiden og alt den bringer med seg. Dette arbeidet er en del av selskapets hovedstrategi, slik at vi skaper en lønnsom bedrift på de riktige premissene.

Vi er en familiebedrift hvor vi tar vare på hverandre. Det er mye kjærlighet, og dette skal gjenspeiles i hvordan vi driver vår virksomhet, både med tanke på klima og alle menneskene som er involvert i våre prosesser.

Det er mye positivt engasjement for bærekraft hos oss, noe som resulterer i en rekke gode tiltak - store og små.

Jeg setter enormt stor pris på dette, for det viser et engasjement for å bringe Holzweiler til neste nivå. På denne måten blir arbeidet positivt ladet og mer meningsfylt.

I 2019 har vi jobbet med å øke bruken av bedre materialer. Designavdelingen har virkelig lagt ned mye arbeidet i dette og jeg synes vi har kommet langt. Bruken av sertifisert materialer som GOTS og BCI, samt resirkulert ull og polyester (en del av dette i Global Recycle Standard), har økt betraktelig. Dette skal vi jobbe videre med i 2020, og innen 2030 skal vi kun bruke bærekraftige og resirkulerte materialer i våre produksjoner. Det påvirker selvsagt både avanse og enkelte produkter vil også måtte komme til å koste mer, men det mener vi er en helt naturlig utvikling for å nå våre mål.

Andre ting vi har gjort er å få enda mer innblikk i produksjonslinjene våre, minimere waste ved å lage nye produkter av overflødig materiale fra våre produksjoner. Vi har kuttet i bruken av plast i alle prosesser, ryddet strender, etablert pantestasjon til inntekt for Redd Barna, betalt klimakvoter til en del arrangementer hvor det er nødvendig med fly – for å nevne noe.

Når vi nå tar fatt på 2020 skal vi fortsette å utfordre oss selv og normene i bransjen. Vi skal være åpne om det arbeidet vi gjør og utfordringene vi møter. Utover det skal vi lage gode kolleksjoner med plagg som skal leve lenger - og vi skal ha det gøy mens vi gjør det.

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

Klær og tilbehør

Beskrivelse bedriftens struktur

Organisasjonsoppsettet gir en beskrivelse av bedriftens hovedfunksjoner, og fokusområder innenfor utvikling, drift, markedsføring og salg av moteklær. Holzweiler vektlegger en flat og dynamisk struktur, og utvikler avdelingene som følge av selskapets vekst. Arbeidet med bærekraft er gjennomgående i hele bedriften og beslutninger tas av bærekraft ansvarlig i samarbeid med ledelsen, og styret ved større avgjørelser.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

147 000 000

Antall ansatte

60

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering (fusjoner, oppkjøp eller lignende)

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Line Staxrud Eriksen, Bærekraft ansvarlig

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

line@holzweiler.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Under merkevaren Holzweiler designes og produseres det fire kolleksjoner i året. I tillegg til dette kommer samarbeidsprosjekter hvor vi utvikler egne kolleksjoner for eller i samarbeid med kunde/samarbeidspartner. Eksempler på sistnevnte er kolleksjonen vi lager sammen med Camilla Pihl og arbeidsantrekk til DNB med årlige fornyelser.

Hver av de fire årlige Holzweiler kolleksjonene designes etter en inspirasjon og et tema. Noen produkter fortsetter i flere sesonger med små endringer, og flere nye utvikles for hver sesong. Vi har mange produksjonslinjer og varierende leverandørkjede avhengig av produkt og kategori. Vi bruker i hovedsak de samme førsteledds-produsentene, men underleverandører varierer basert på type produkt og antall. Innkjøpene gjøres på samme tidspunkt hvert år og dette er etter at bestillinger fra kunder er satt. På grunn av kort tid mellom siste salgsmesse og den forventede leveringstiden i bransjen, er det noen produkter som må forhåndsestimeres og bestilles tidligere.

I oppstarten av en kolleksjon får alle involverte leverandører tilsendt informasjon om tidsplan for nye kolleksjon, inspirasjon og tanker om hvilke materialer som skal brukes. I retur får vi tidsplan på når de trenger produktspesifikasjoner og endelig godkjenning av et produkt for å nå deadline på produksjon. Det legges stor vekt på presise og gode tegninger og informasjon for å unngå misforståelser og unødvendig mange prøver. I noen tilfeller bestiller vi selv materialer til produksjonen og i andre tilfeller bistår produsent eller agent med dette.

Leverandørkjeden og antall ledd varierer fra produkt til produkt. Se vår "Buying Practise" for å se hvordan vi får informasjon om hvilke parter som er involvert i våre produksjoner.

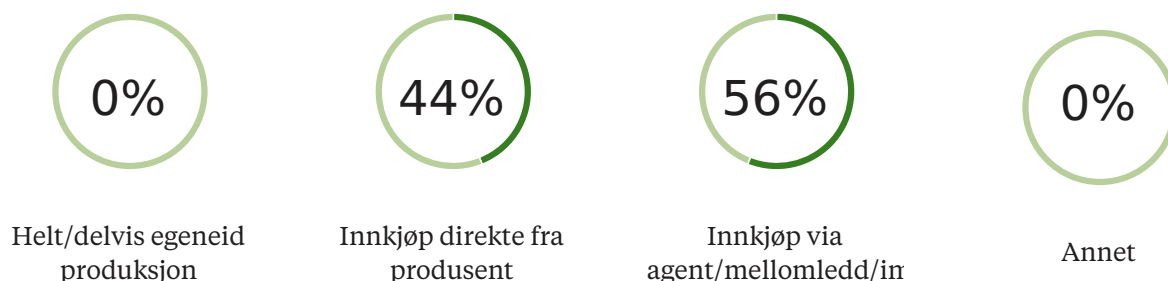
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

33

Kommentar til antall leverandører

Dette er agenter og produsenter vi har handlet med i 2019

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land

Italia :	8
Portugal :	6
India :	3
Kina :	10
Hong Kong :	5
Litauen :	3
Mauritius :	1
Tyrkia :	2
Thailand :	1
Vietnam :	1

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

Antall arbeidere

3 286

Antall produsenter dette er basert på

40

Kommentar til antall arbeidere

Tallet er basert på informasjon fra auditrapporter og/eller fra screening dokumenter våre produsenter fyller inn.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Produksjon av klær i bomull	Portugal
Produksjon av klær i ull	Kina Italia Mauritius
Produksjon av skjerf med min 60% resirkulert ull	Italia

Dette er kategorier som kommer igjen i hver eneste kolleksjon, hvor det settes store produksjoner.

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål : Evaluere prosessene rundt oppfølging og screening av leverandører, og gjøre endringer i prosessen der vi ser det er nødvendig.

Status : Gjennomført. Vi har kommet frem til at vi gir produsenter ekstra arbeide ved å be alle fylle inn våre screening dokumenter, når vi kan finne samme informasjon i auditrapporter vi får tilsendt. Vi har derfor endret vår innkjøpspraksis til å først be om rapporter og dokumentasjon og deretter sende utdypende spørsmål på det vi mener ikke kommer godt nok frem.

2

Mål : Fortsette arbeidet med å få oversikt over underleverandører og screening av disse

Status : Dette er et on-going arbeide som vi fortsetter å ha fokus på. i 2019 har vi fått mer oversikt enn vi hadde i 2018, men vi har fortsatt noen produksjonslinjer hvor vi ikke har oversikt over de bakerste leddene.

3

Mål : Jobbe med sertifiseringer som sørger for bedre vern av mennesker, miljø og dyr. Vi er i søknadsprosess for å kunne GOTS sertifisere basic bomullsplagg, og vi er prosess med å vurdere GOTS eller RWS på ullproduksjonene våre. Vi vil ikke sette ett tallfestet mål på hvor stor andel av produktene våre som skal være sertifisert før vi kommer litt lenger i prosessen. Leverandørene vi kjøper bomull og ull fra i dag er allerede GOTS sertifiserte og vi bruker en del GOTS i dag, men venter på egen sertifisering før vi velger å bruke det utad.

Status : Vi er fortsatt i prosessen med GOTS sertifisering, men prosessen er ikke gjennomført grunnet fødselspermisjon som har ført til reduserte ressurser.

4

Mål : Få bedre kunnskap om bruk av mer miljøvennlige materialer, og få på plass en nei-liste på ting som ikke skal brukes i våre produksjoner.

Status : Design avdeling har hatt dialoger med produsenter og tekstilleverandører. Vi har også hentet informasjon fra Textile Exchange og RISE, og mener vi har en god oversikt over hvilke materialer vi bør bruke og ikke.

5

Mål : Arrangere en Bærekraft-dag med salgs- og PR avdelingen slik at de skal vite hvorfor vi gjør de tiltakene vi gjør og gi de gode redskaper til å kommunisere dette

Status :

En intern gjennomgang har vist at det er et generelt behov for mer informasjon om bærekraft på hele huset. Målet ble derfor endret til å sørge for god kommunikasjon til og fra alle avdelinger. Løsningen ble en bærekraft gruppe med en representant fra hver avdeling. Gruppens medlemmer skal bistå med bærekrafts arbeidet innenfor sitt arbeidsområde, samt holde sin avdeling oppdatert på arbeidet som gjøres.

Bærekraft var også temaet på den årlige Holzweiler dagen i 2019.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR**1**

Ferdigstille GOTS sertifisering av Holzweiler Items og bistå en produsent i prosessen med å bli sertifisert.

2

20% av innkjøpet av 100% bomullsplagg til SS21 skal være GOTS sertifisert (ordre settes i 2020), og i utviklingen av 100% bomullsplagg for levering AW21 skal 50% være GOTS sertifisert.

3

Ferdigstille vår overordnede bærekraftsstrategi med langsiktige mål, som skal være et viktig element for Holzweilers strategi for videre vekst og utvikling

4

Måle innkjøp av bærekraftige materialer og plagg slik at vi kan kan følge opp målsetningen om økning i bruken av forskjellige materialer og sertifiseringer. i 2019 ble det implementert et nytt system som gjør det mulig å hente ut slik informasjon.

5

Lage en environmental policy som støtter opp om vår strategi

6

Oppdatere websiden med et eget meny punkt på forsiden som omhandler bærekraft. Siden skal informere og engasjere, og den skal oppdateres jevnlig. Her skal leserne finne all informasjon om hva det jobbes med av bærekraftige tiltak hos oss.

7

Lansere vår nye løsning for utleie og pant av klær i webshop og våre fysiske butikker.

8

Få bedre oversikt over underleverandører, og lage et system som sikrer at det kun er godkjente underleverandører som benyttes i produksjonene våre.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av bærekraft i virksomheten handler om å ha relevante policyer og retningslinjer på plass, og effektive styringssystemer for implementering av disse. Sentralt i dette er virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger. Det vil blant annet si å ha strategier og planer for hvordan virksomheten identifiserer og håndterer virksomhetens negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø, også gjennom forretningsforbindelser og i leverandørkjeden. Gjennom å håndtere dette på en god måte bidrar virksomheten til oppnåelse av bærekraftsmålene. Tydelig forventning fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Arbeid med bærekraft bør være en integrert del forretningsdriften. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

1.A.1 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 policy'en skal legges ut på Holzweiler.no når websiden skal oppdateres før sommeren 2020. Om noen ønsker å motta vår policy kan man sende en mail til sustainability@holzweiler.no.

1.A.2 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Holzweiler sin policy er utviklet etter IEH sin mal, og vi har per i dag kun endret/lagt til noen få punkter. Vi er i gang med utvikling av en overordnet bærekraft strategi og i den anledning kan det komme endringer i disse retningslinjene. Både policy og retningslinjer for leverandører er vedtatt av styret, og eventuelle endringer vil gå gjennom styret. Alle ansatte har fått tilsendt Holzweilers' s policy og fom 2020 ble vår policy lagt til som et vedlegg i personalhåndboken som alle nye ansatte må sette seg inn i.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Som man kan se i organisasjonskartet påvirker bærekraft hele bedriften. Arbeidet med bærekraft ledes av bærekraft ansvarlig, Line Staxrud Eriksen. Susanne Holzweiler som sitter i styret og ledelsen og Maria Skappel Holzweiler som leder design-avdelingen, jobber begge tett med Line Staxrud Eriksen. Det er ikke satt noe rutine på rapportering mellom disse partene siden det samarbeides hele tiden og det er en jevn kommunikasjonsflyt.

Som nevnt under en av målsetningene for 2019 er det satt sammen en bærekraft gruppe på tvers av alle avdelinger. Denne gruppens arbeide skal påvirke hver avdeling og sørge for å sette i gang tiltak der det er behov, og sørge for en bedre informasjonsflyt. Dette er også for å utnytte det engasjementet vi har i bedriften for bærekraft ytterligere, og skape eierskap. Vi tror på at både store og små tiltak er viktige. Denne gruppen rapporterer til bærekraft ansvarlig.

Bærekraftgruppen skal sammen med relevante ledere og styre vedta en overordnet bærekraft strategi for Holzweiler. Dette arbeidet er i gang og vil bli gjennomført i 2020.

Susanne Holzweiler rapporterer videre til styret.

1.B.2 Hvordan blir ansatte gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig, og betydningen det har for de ansattes stilling og arbeidsoppgaver?

Ansatte blir satt inn i arbeidet med bærekraft ved ansettelse, via bærekraftgruppen hvor avdelingens representant sørger for å få ut informasjon til sine kollegaer, på morgenmøter og andre interne arrangementer.

Holzweiler personalhåndbok har en egen side for bærekraft med følgende info og link til policy: Bærekraft er en viktig del av Holzweiler sin strategi. Alle ansatte skal settes inn i hovedtrekkene i dette arbeidet og blir kjent med Holzweiler sine retningslinjer gjennom selskapets policy, og forplikte seg til disse. Holzweiler har en bærekraft ansvarlig som styrer dette arbeidet og som bidrar med informasjon og opplæring.

Bærekraft er et eget tema under on-boarding programmet for nye ansatte fra 2020. Her får man en gjennomgang av Holzweiler sin policy, strategier og målsetninger, hvordan bærekraft vil påvirke stillingene til de ny-ansatte og annen relevant info.

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

Det settes av tid og ressurser til kompetanseheving hos relevante personer i virksomheten. For ansatte som jobber med innkjøp og /eller leverandørkontakt blir det opplæring knyttet til denne oppgaven. Opplæringen blir gjort via kurs hos IEH eller intern-kursing av bærekraftansvarlig, leder for designavdelingen og en innkjøper med stor kompetanse på feltet.

Vi har deltatt på kurs innen innkjøpspraksis og en tredelt workshop om risikokartlegging, prioritering og forbedring hos IEH, i tillegg til noen arrangementer via Norwegian Fashion Hub. Vi deler artikler og podcasts om emnet og sparrer med andre som jobber med bærekraft i samme eller annen bransje, i tillegg til vår kontakt hos IEH.

Vi som jobber med bærekraft i det daglige har stort fokus på å finne informasjon om hva fremtiden vil/kan bringe, så vi kan jobbe strategisk og målrettet for å finne vår plass i en det nye som kommer.

1.C. Planer og ressurser

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

Som forordet fra Andreas Holzweiler sier så er det største målet for 2020 å utvikle en god og gjennomførbar bærekraft strategi som er en del av selskapets hovedstrategi. Vi vil skape en lønnsom bedrift på de riktige premissene. Dette arbeidet er i gang og hovedlinjene er på plass.

Her er hovedmålene for Holzweiler i 2030:

- Using sustainable and recyclable materials for all products and aim for certified garment as the norm
- Full traceability and transparency throughout the supply chain
- Taking care of all people in our supply chain, ensuring good and fair working conditions for everyone
- Long term relationships with producers and suppliers
- Purchasing only what is needed, including finished garments and materials
- Rental and re-selling will be a big part of our business
- Always thinking ahead and looking for opportunities to grow on the right premises

Vi skal bruke de endringene som skjer i vår bransje til å se etter nye løsninger som kan utvikle Holzweiler videre, samtidig som vi skal gjøre vårt bidrag til FN's bærekraftsmål. Vi skal jobbe for at våre produkter får en lenger levetid ved å etablere en pante-ordning i butikkene våre og leie ut plagg som showpieces og vareprøver. Vi skal sørge for at de plaggene vi produserer skal sette færre negative avtrykk for hver sesong som kommer. Vi skal jobbe med leverandørene våre for å oppnå resultater, ikke sende ansvaret fra oss. Vi skal jobbe for bedre ledetider, som igjen vil gjøre det enklere å ta endre flere gode valg i produksjonsprosessen.

Dette er utgangspunktet for strategien det jobbes med, og vi har en veldig god magefølelse rundt dette.

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

Vi jobber etter en flat struktur og både representanter fra styret, ledelse, bærekraft, design og innkjøp er involvert i strategier og planer. Det er et stort engasjement for arbeidet og vi jobber tett sammen for å ferdigstille en overordnet strategi, dette er hovedprioritet for styret og ledelsen. Samtidig med dette arbeidet jobber vi med tiltak som vi vet skal gjennomføres.

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?

Dialogen om bærekraft starter i første møte/mail/samtale med en leverandør. Prosessen beskrives i vår innkjøpspraksis. Våre leverandører vet at vi søker etter samarbeidspartnere som deler vårt fokus på bærekraft, og dette blir tydelig kommunisert fra starten av.

Alle leverandører må godkjenne våre retningslinjer for produsenter. Vi ber også om informasjon som audit-rapporter, systemer, sertifiseringer, policyer og generell info om produksjonsstedet. Vi har en egen online Survey som vi sender til produsenter og agenter om vi ikke får nok informasjon fra andre rapporter de sender oss.

Bærekraft ansvarlig holder i dialogen med leverandører gjennom screening prosessen og følger opp dokumentasjon og dialog rundt arbeidet som foregår hos leverandøren, og i resten av produksjonslinjen.

Innkjøpere snakker med leverandørene om pris, volum og leveringstid. Alle er innforstått med at disse samtalene ikke skal resultere i at det ikke er mulig for produsenten å opprette holde sine forpliktelser til vår policy.

Indikator

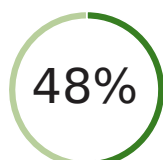
Prosent av leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



2019

Dette er agenter og produsenter som vi handler direkte fra.

Prosent av leverandører hvor vi har forretningsforhold mer enn tre år



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.

1.E Erfaringer og endringer

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

Vi har erfart at vi må jobbe mer med informasjonsflyten og eierskapet til bærekraft arbeide, samt utnytte engasjementet vi har i bedriften. Dette resulterte i bærekraftgruppen som er beskrevet tidligere, og on-boarding program for nye ansatte.

Vi har sett viktigheten av å ha en strategi som skal veilede oss i arbeidet fremover. Det arbeidet har ført med seg mange nye ideer og tanker om fremtiden.

Større fokus på materialvalg har ført til spennende nye løsninger og plagg, og en økning i bruken av bærekraftige materialer. Det skal være en årsak der vi velger å ikke brukes bærekraftige materialer i dag, som for eksempel at det forlenger levetiden til plagget eller at det ikke er mulig å få i volumet vi kjøper inn.

Vi opplever et økt fokus på bærekraft utenfra og kravene som rettes mot oss blir større. Vi ser viktigheten i å kommunisere hva vi gjør (og at vi absolutt ikke er i mål) på riktig måte, til både kunder, presse og andre som har en interesse i dette. Holzweiler.no har blitt noe oppdatert med informasjon og vår policy er lagt ut på nett, men i løpet av de neste månedene skal et helt nytt område for bærekraft opprettes på websiden.

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 prioritert risiko for negativ påvirkning/ skade for mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Bomull	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Barnearbeid Brutal behandling Lønn Arbeidstid Regulære ansettelsesforhold Miljø Utslipp Vann	Globalt
Ull	Tvangsarbeid Barnearbeid Brutal behandling Lønn Regulære ansettelsesforhold Miljø Dyrevelferd	Globalt
Produktets levetid	Miljø Utslipp Vann Materialbruk	Globalt

Oversikt over alle underleverandører	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Barnearbeid Diskriminering Brutal behandling Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Regulære ansettelser Miljø Korrupsjon Utslipp Energi Avfall Vann	Globalt
--------------------------------------	--	---------

Dette er risikoer vi har jobbet med i 2019 og som vi jobber videre med i 2020.

Bomullsproduksjon krever mye vann og kjemikalier, og det er ofte uoversiktlige produksjonslinjer med mange ledd og store fare for negative påvirkninger på mennesker og miljø bak et bomullsplagg.

I ullproduksjon er det også en utfordring å få oversikt over alle ledd helt ned til dyrene, og her er også dyrevelferd et viktig aspekt.

Produktets levetid og antall bruk har mye å si for miljøet. Overforbruk kan reduseres ved å bruke gode kvaliteter som holder lenge og et tidløst design. Antall bruk av et plagg kan økes gjennom videresalg eller at det gis bort. Dette kan igjen føre til at antallet nye klær som produseres går ned.

En bedre oversikt over alle involverte parter i våre produksjoner vil gi ett større innblikk i hvor vi bør sette i gang tiltak. Hvert ledd utgjør en risiko for negativ påvirkning og derfor må vi få enda bedre oversikt enn det vi har i dag. Vi får bedre oversikt hele veien, og dette er et on-going arbeide gjennom hele året.

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 spesifikt 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.

Innen klesproduksjon er det ikke vanskelig å finne risiko. En stor risiko for oss er at vi ikke har 100% oversikt over leverandørkjeden til alle produktene vi produserer. Dette er noe vi forbedrer oss på kontinuerlig.

Informasjon vi henter inn fra produsentene via vårt screening program og besøk, er det som ligger til grunn for vår risikovurdering. Der det er mangel på informasjon eller påvist feil i enten audit-rapport eller annen dokumentasjon, settes dette i sammenheng med risiko i landet produsenten holder til. Et eksempel er om en indisk leverandør ikke har kommunisert våre retningslinjer og/eller arbeidernes rettigheter til alle ansatte. Vi vet at mange indiske arbeidere ikke vet hvilke rettigheter de har, og at det da er risiko for brudd på disse rettighetene.

Kilder som brukes for informasjon er Ilo.org, ieh, transparency.org, business of fashion podcasts, artikler om temaet og samtaler/sparringer med andre.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Klesproduksjon er generelt en skade for miljøet, og her er noen ting vi har hatt spesielt fokus på:

- Øke bruken av økologiske og sertifiserte fibre/materialer. I dag er alle våre 100% bomullsplagg kjøpe som BCI sertifisert bomull eller GOTS bomull, og vi har økt andelen ullplagg i resirkulert ull eller ull med standarder som RWS og GOTS.

- Vi er i dialog med noen av våre leverandører om kjemikalier og produksjonsprosesser. Disse dialogene fortsetter i 2020. Hos flere av leverandørene våre har de egne policies på dette, og de har forskjellige fokusområder. Våre leverandører i Portugal og Italia har best dokumentasjon på dette, men vi opplever også at fokuset hos de kinesiske leverandørene går i en positiv retning.

- Ved noen tilfeller sender vi hele produksjoner fra kina med fly. Årsaken til dette er at det er kort tid fra siste salgsmesse i Paris hvor vi får de siste ordrene, til ordrene forventes leveret til kundene. Ved noen tilfeller forhånds estimerer vi, men av erfaring ser vi at dette ikke er en god løsning fordi vi også har en policy på å kun produsere det antallet vi vet går ut. Vi prioriterer å holde våre forpliktelser i selskapets policy ved å ikke pushe produksjonstider uten å være sikre på konsekvensene, ved heller å velge et dårlig alternativ for frakt. Dette mener vi er et generelt bransjeproblem som vi skal se etter bedre løsninger på.

- Produktets levetid og antall bruk har stor innvirkning på miljøet, og dette er igjen en utfordring som går igjen i hele klesbransjen. Vi har et ønske om at våre plagg skal vare lenge, både med tanke på stil og kvalitet. Gode materialer som skal tåle bruk og vask, gode instruksjoner på hvordan plagget skal behandles, reparasjon istedenfor nye plagg er noe av det som ligger til grunn for dette. I 2019 har vi også jobbet ut et konsept om utleie av klær og en panteordning som skal øke plaggenes levetid og antall bruk ytterligere. Dette blir lansert i 2020.

I påvirkningen av mennesker i våre produksjonslinjer har vi identifisert følgende:

- Vi har fortsatt ikke 100% oversikt over alle ledd i alle produksjonslinjene våre. Vi skal fortsette arbeidet med dette i år (og de kommende årene). I produksjon av bomull- og ullplagg er det ofte lange leverandørkjeder involvert. Vi har derfor prioritert å jobbe med sertifiserte materialer og produsenter som skal gi oss en bedre oversikt enn det vi har i dag. Det betyr ikke at vi skal si ifra oss ansvaret med oppfølging, men det gjør det lettere å spore de forskjellige leddene.

- Alle våre førsteleddslleverandører har akseptert sine forpliktelser til å sørge for at våre retningslinjer blir kommunisert til alle ansatte og at de følger opp at deres underleverandører gjør det samme. Her har vi avdekket et avvik i India som vi jobber med. Det er ikke kommet frem noen brudd på andre forpliktelser, men vi jobber nå med å sørge for at dette blir gjennomført på en god måte gjennom dialog med produsenten.

- Vi har sett at noen av våre leverandører har dårlige eller ikke har klagemekanismer og/eller fagforeninger. Dette er fabrikker som jevnlig besøkes hvor vi opplever at det er gode forhold, men vi ser allikevel nødvendigheten av å sette i gang dialog med produsentene det gjelder. Dette gjelder i hovedsak Kina og India. Dette er ikke satt i gang enda.

A woman in a blue lab coat and cap is working in a laboratory. She is looking down at a piece of equipment on a table. In the background, other people in similar attire are working at their stations. The lighting is bright and even.

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 mindre viktig 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	Bomull
Overordnet mål :	Sikre en mer transparent produksjon av bomullsplagg hvor det er satt krav til påvirkning av miljø og menneskerettigheter i alle ledd, ved bruk av sertifiseringer
Status :	Holzweiler venter på revisjon for å bli GOTS sertifisert. Vi er allerede sertifiserte for BCI.
Mål i rapporteringsåret :	50% av alle bomullsplagg på SS21 (ordren settes september 2020) skal være GOTS sertifisert

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har valgt å gå for sertifisering som gjør det enklere for oss å kvalitetssikre produksjonene i en vanskelig leverandørkjede. Vi jobber med to hovedleverandører på plagg som er laget i 100% bomull, og vi har hatt en dialog med disse rundt GOTS sertifisering. men denne sertifiseringen har for få krav til produksjonen og vi skal derfor på sikt bruke kan GOTS på alle våre plagg med bomull som hovedmateriale og heller benytte BCI i blandingsmaterialer. Vanskelig verdikjede i bomullsproduksjon, mange risikoer LEGG TIL MER INFO, lage langsiktige avtaler med produsenter som sertifiserer seg

Prioritert negativ påvirkning/skade	Ull
Overordnet mål :	Sikre en mer transparent produksjon av ullplagg hvor det er satt krav til påvirkning av miljø, dyrevelferd og menneskerettigheter i alle ledd, ved bruk av sertifiseringer. Målet inkluderer også økning i bruken av resirkulert ull.
Status :	Vi har økt tilgangen vår til RWS og GOTS ull, og er i gang med produksjon.
Mål i rapporteringsåret :	Øke bruken av resirkulert ull, samt RWS og GOTS sertifisert ull. Vi skal jobbe med leverandørne våre for å få et bedre kartotek over gode ullkvaliteter innenfor disse standardene.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Vi har valgt å øke bruken av sertifisert ull for å gjøre det enklere for oss å kvalitetssikre produksjonene i en vanskelig leverandørkjede.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Produktets levetid
Overordnet mål :	Jobbe med forlengelse av produktets levetid og øke antall ganger det blir brukt.
Status :	Vi har definert flere tiltak som vil øke bruken og levetiden til et plagg. Systemene for tiltakene er på plass eller under utarbeidelse
Mål i rapporteringsåret :	Finne en løsning på hvordan vi kan øke antall bruk av et produkt, samt produktets levetid

Utførte tiltak og begrunnelse :

Vi har valgt å ha fokus på tre ting:

- Mer fokus på reoperasjon - dette er gjennomført
- Utleie av klær - systemet er for dette er laget og dette lanseres i 2020
- panteordning på klær i webshop og våre fysiske butikker. Systemet for dette er under utvikling og settes i live i 2020

**Prioritert negativ
påvirkning/skade**

Oversikt over alle underleverandører

Overordnet mål :

Status :

Mål i rapporteringsåret :

Utforte tiltak og begrunnelse :

ANDRE TILTAK FOR Å HÅNDTERE NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE:

Beskriv virksomhetens gjennomgripende 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

Se svar under punkt 2.A.3

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

- ikke gi leverandørene ekstra arbeide ved å be de fylle inn unødvendig informasjon
- endret screening dokumentet til en online survey som er mer brukervennlig for produsenten og gjør det enklere for oss å samle dataene.
- sørge for at vi har informasjon om alle underleverandører som er med i alle produksjoner, og at disse er godkjente. Det har vært avvik på dette området fra vår side og vi jobber for å få på plass et bedre system.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Se punkt 2.A.3

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

Det har ikke blitt gjennomført noen tiltak rundt dette i 2019, annet enn det som er kommunisert via vår policy og retningslinjer.

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

Vi er i dialog med en produsent om hvordan de kan kommunisere arbeidernes rettigheter og våre retningslinjer på best mulig måte. Vi har bistått med innspill på hvordan dette kan gjøres, og dialogen fortsetter i 2020.

3.B.6 Andre planer og utførte tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. 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 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. Virksomhetene må ha rutiner og systemer for å overvåke gjennomføringen og resultatene for å kunne vurdere disse. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger, brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A. Overvåke og evaluere

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Vi har fått på plass et nytt system som gjør det mulig å måle bruken av forskjellige materialer. På den måten kan vi måle fremgang i bruken av bedre materialer.

Vi ser at det kan være nødvendig å få på plass et system som gir oss mer innblikk i hvordan våre tiltak fører til reduksjon av våre miljø- og klimafotavtrykk, og dette skal vurderes i 2020.

Effekten av andre tiltak som reduksjon i plast og store kutt i waste fra våre produksjoner er ikke målt.

Bærekraftansvarlig holder i dette arbeidet.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens og forretningsforbindelsers (f.eks. leverandørers) tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer.

I 2019 har vi hatt mye dialog med leverandører ang muligheten for bedre produksjonsprosesser og bedre materialer (sertifiserte, økologiske, resirkulerte etc). Vi har med bakgrunn i dette økt bruken av bedre materialer, som er et tiltak som reduserer negativ påvirkning.

Gjennom langvarige samarbeider og god dialog med produsentene, sikrer vi at vi får bedre oversikt og kontroll over produksjonslinjene våre.

Fokus på gode kvaliteter gjør at plaggene har lenger levetid. Vi vet at plaggene kan leve lenge, så nå skal vi rette fokuset mot antall bruk av klærne.

Reduksjon i bruken av plast og reduksjon i waste fra våre produksjoner vet vi at er tiltak som fungerer, og dette har vi jobbet mye med i 2019.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a large, industrial-style metal pot or pan on a stove. The background is a blurred kitchen setting.

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. Det vil si ekstern kommunikasjon av policyer og retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, inkludert funn og effekt og resultater av tiltakene/aktivitetene.

5.A. Kommunisere eksternt

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

Per i dag går all dialog med våre produsenter via våre kontaktpersoner på produksjonsstedet og de som håndterer arbeidet med bærekraft hos de. Det er både bærekraftansvarlig og de som jobber med produksjon og innkjøp hos oss som har dialoger rundt dette. Fokuset i 2019 har vært å redusere skade ved å benytte bedre- og gjerne sertifiserte materialer, få mer oversikt over produksjonslinjene våre og ha dialog rundt produksjonsprosesser for å se hva som kan gjøres annerledes for å forebygge negativ påvirkning.

Vi har vært i dialog med våre samarbeidspartnere om hvordan vi kan bruke opp alt rest-materiale fra produksjoner, hvordan vi kan minimere waste, hvordan vi kan minske antall prøver og at alle prøver sendes uten plast-emballasje og sendes samlet. Dette har hatt god effekt.

Vi har dialog med produsenter om innholdet i rapporter som er utarbeidet av andre om vi ser at det er behov for forbedring. Om det finnes oppfølgingsplaner så følger vi opp hva som blir gjort.

Andre interessenter er kunder, både butikker og sluttbrukere. Vi forsøker å ha en åpen og ærlig kommunikasjon rundt bærekraft. Våre selgere formidler informasjon til butikker som forhandler vårt brand, både under innsalget og på egne kundearrangementer med ansatte i butikk.

Vi får ofte henvendelser fra presse, både nasjonal og internasjonal, og det er alltid viktig å understreke at vi fortsatt har en lang vei å gå. Vi kommuniserer via sosiale medier og sørger for å vise at vi er engasjerte når vi arrangerer eventer og visninger,

Vi ser at det og oppdatere websiden med mer utfyllende informasjon er et viktig tiltak for å kommunisere mot alle som har en interesse i hvordan vi jobber for å håndtere og minske negativ skade.

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

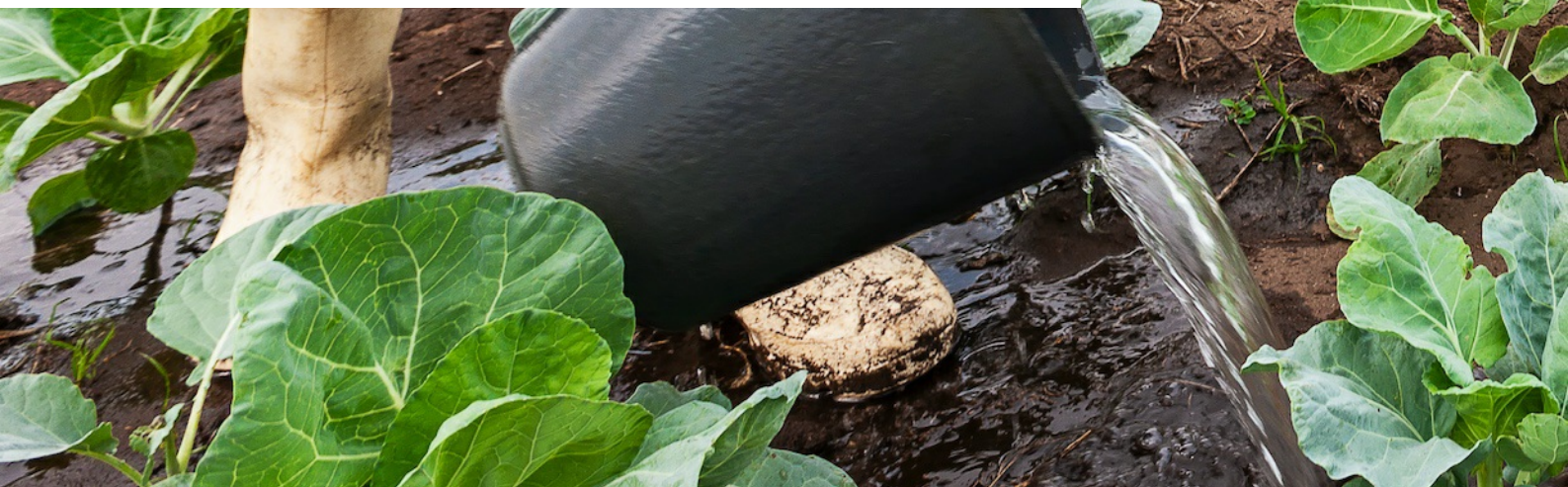
Vi skal ha fokus på bedre kommunikasjon av det arbeidet vi gjør i 2020. Målet er å dele vår strategi og oppdatere interessenter på utviklingen.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket, eller bidratt til skade, på mennesker eller samfunn, håndteres den skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at en skade 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 miljøet.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke blitt avdekket noen tilfeller som krever gjenoppretting så langt.

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

Her er det ikke gjort noen tiltak i 2019.

Kontaktinformasjon:

Holzweiler Items AS
Line Staxrud Eriksen, Bærekraft ansvarlig
line@holzweiler.no