

GODSINLÖSEN NORDIC AB

Hållbarhets- redovisning 2020



Innehållsförteckning

GIAB:s affär 2020	3
Höjdpunkter i hållbarhetsarbetet 2020	3
VD-ord	4
1. Om GIAB	5
1.1 Våra tjänster	7
Vår cirkulära plattform	7
GIAB Circular Insurance®	8
Re:Commerce	9
GIAB Consulting	9
1.2 Våra styrkor	10
1.3 Våra värderingar	11
1.4 Viktiga händelser under året	12
1.5 Historik och tidslinje	14
2. Strategisk inriktning	15
2.1 Hållbarhetschefen har ordet	16
2.2 Styrning av hållbarhet	17
2.3 Värdet vi skapar	18
2.4 Vårt fot- och handavtryck	18
2.5 Omvärldsbevakning	19
2.6 Väsentlighetsanalys	22
2.7 Strategi och mål	23
De globala målen	24

3. Kunder	26
3.1 Vilka är våra kunder?	28
3.2 Kundberättelser och kundrelationer	30
3.3 Ansvarsfull rådgivning	36
4. Medarbetare	37
4.1 Medarbetarberättelser	39
4.2 En hållbar arbetsplats	42
Mångfald & jämställdhet	43
Förmåner	44
Systematiskt arbetsmiljöarbete	44
5. Samhälle	45
5.1 Hur vi jobbar med social hållbarhet	47
5.2 Om våra samarbetspartners	48
Student- och forskningsinstitut	48
Musikhjälpen 2020 i samarbete med Lunds unga	48
Skåne Stadsmission	48
5.3 Vår leverantörskedja	49
6. Bolagsstyrning	50
6.1 Bolagsstyrning	51
6.2 Finansiella rapporter	52
6.3 Måluppfyllnad 2020	54
Referenser	55

Om rapporten

GIAB:s hållbarhetsrapport 2020 redovisar bolagets verksamhet för 2020 med fokus på det strategiska hållbarhetsarbetet. Rapporten redovisas utifrån GRI:s ramverk. Rapporten omfattar hela verksamheten med organisationsnummer: 556791-2356. Underlag till rapporten är främst väsentlighetsanalys, intervjuer och interna styrdokument.

Huvudförfattare: Matilda Jarbin, Hållbarhetschef, och Hanna Bengtsson, Hållbarhetskonsult, GIAB



Affärshändelser

16 % tillväxt

Trots Covid-19 fortsatte GIAB sin tillväxtresa med ca 16 % under året.

Vår e-handel Returhuset.se växte med 246 %

203 MSEK omsättning

Stockholms- etablering

Etableringen i Stockholm var ett viktigt strategiskt beslut både affärsmässigt som hållbarhetsmässigt. Närvaron i regionen har bidragit till såväl utökade samarbeten med bland annat Babyshop group, Lekmer, Mio, Bauhaus, DHL, Folksam och BSH som en mer optimerad logistikkedja vilket är essentiellt i ett hållbarhetsperspektiv. Läs mer på sida 13.

61 % ökning i antal fakturerade företagskunder

IKEA + GIAB = sant

Vårt samarbete med IKEA utökades och GIAB spelade en viktig roll i IKEAs första second hand butik på Retuna.

2020



Höjdpunkter i hållbarhetsarbetet

Väsentlighets- analys

Vi genomförde vår första väsentlighetsanalys för GIAB och tog ett stort kliv med vårt strategiska hållbarhetsarbete.

Hållbar e-handel

Vi vill vara en drivande aktör i att skapa en hållbar svensk e-handel. Under året började vi ta plats på e-handelsscenen, vi blev medlemmar i Hållbar E-handel och certifierade. Vi implementerade en rad åtgärder för att vår e-handel ska bli så hållbar som möjligt.

Vi fortsätter vara klimatpositiva

Under året genererade vi en koldioxidbesparing på 2900 ton CO₂ genom att återbruka produkter. Vår verksamhet släppte ut 400 ton CO₂ och nettot blev således 2500 ton CO₂-besparing för hela verksamheten!

Hållbar konsumtion & produktion

Vi nådde målet med att öka återbruksgraden till 80% under året. Det genererade en avfallsbesparing på 3400 ton avfall.

Social hållbarhet ♥

Ett socialt hållbart samhälle är inkluderande och på GIAB är vi otroligt stolta över att skapa arbetstillfällen för personer som tidigare stått långt ifrån arbetsmarknaden. Under 2020 var 24 % av GIABs totala personalstyrka Samhällsanställda och 11 % av dessa fick under året fast anställning på GIAB.

Musikhjälpen 2020

Vi lanserade Mobilvinnningen, en ny tjänst för att öka återanvändandet av mobiltelefoner. Piloten genomfördes tillsammans med Lunds gymnasieelever och alla intäkter skänktes till Musikhjälpen 2020.



VD har ordet

I januari 2020 samlade jag samtliga ledare i vårt nya affärsområde Re:Commerce på ett världshus söder om Stockholm för att under några intensiva dagar gå igenom strategi, budget och affärsplan inför det kommande året. Dagarna var fyllda av optimism och förväntan, men aningslöshet om det nya coronaviruset som parallellt fick ett fotfäste i världen. Dagen efter WHO gick ut med att världen stod inför en pandemi sjönk OMX Stockholm 30 med -10,6 % på en handelsdag, vilket var inledningen på ett snabbt och brutalt ras på börserna världen över. Under mars varslades 36 800 svenskar från sina jobb, den högsta siffran i Sverige någonsin under en kalendermånad. Börsen har hämtat sig, men vi har fortfarande en arbetslöshet på knappa 10 % och många branscher, företag och anställda i dessa har drabbats oerhört hårt under året som gått.

Samtidigt som de ekonomiska konsekvenserna gjorde sig smärtsamt påmind uppstod det oförväntade effekter av en lamslagen världsekonomi – luftkvaliteten förbättrades signifikant i ett antal städer runt om i världen, mätbart minskade utsläpp av växthusgaser, minskade vattenföroreningar och ekosystem som återhämtar sig under avsaknaden av turister. Detta bekräftar endast det vi redan vet: den ekonomiska tillväxtens positiva korrelation till utsläpp och negativa korrelation till hållbarhet. Det är också detta som gör att jag vet att GIAB står på rätt fot inför framtiden. Vår vision att pådriva resurseffektiv affärsutveckling och vara en avgörande aktör i omställningen mot en cirkulär ekonomi har aldrig varit så relevant som nu.

2020 har utan tvekan varit ett utmanande år, men GIAB genomsyras av en stark entreprenörskraft som ligger i bolagets DNA. Det är denna entreprenörs- och handlingskraft som är en av våra största styrkor och har ett år som detta, varit helt avgörande. Trots att 2020 varit fullt av utmaningar, med restriktioner och högre påfrestning på personalen, som ställt ännu högre krav på ledningen så har GIAB tagit verksamheten till nya höjder: en omsättningsökning på 16 % till 203 Mkr, en försäljningsökning på Returhusets e-handel med 246 % och 61 % fler fakturerade företagskunder i bolaget, samtidigt som GIAB:s verksamhet är fortsatt klimatpositiv. Det är hållbar tillväxt.

Alla delar i bolaget har sett ett händelserikt år. GIAB har levererat tjänster till den svenska försäkringsbranschen i nästan åtta år. Den erfarenhet och data som bolaget har ackumulerat leder till att Circular Insurance™ kontinuerligt kan utveckla tjänsteerbjudandet och det är just dessa mätetal, de insikter och kunskap som de bidrar med som Karin Stenmar, hållbarhetschef på Folksam lyfter i sin kundberättelse. Ett positivt bekräftande av det arbete företaget gör i Circular Insurance™ och Mobilcirkeln®.

I vårt affärsben GIAB Consulting, har vi tillsammans med IKEA och Samhall öppnat IKEA:s första second-hand butik på ReTuna. Detta var den pilot som var grunden till IKEA:s nya "Cirkulärbutiken" som kommer öppnas i alla IKEA:s svenska varuhus under 2021. En bedrift helt i linje med företagets vision och ett steg närmre att bli en internationellt erkänd katalysator för resurseffektiv affärsutveckling.



2020 har även varit ett intensivt år för den svenska e-handeln – en ökning på 40 % jämfört med föregående år och en omsättning som passerade den omtalade 100-miljardersgränsen. Samtidigt som volymen av ordrar ökar, ökar antalet returer och returlogistiken förblir en fråga som är högst aktuell både ur ett ekonomiskt såväl som hållbarhetsperspektiv. Detta har vi sett väldigt tydligt i vårt affärsben Re:Commerce som har haft en stark tillväxt, utvecklat tidigare samarbeten och även ingått nya. Vi välkomnar bland annat Mio, som tillsammans med GIAB har tagit sitt hållbarhetsarbete till nästa nivå.

Med ett fortsatt ökat fokus på hållbarhet i omvärlden, nya spännande samarbetspartners och fantastiska medarbetare står GIAB väl positionerade inför framtiden och den omställning vi vill vara med och påverka. Det gör att jag vågar utlova en fortsatt spännande utveckling för GIAB.

Det har varit ett utmanande och lärorikt 2020 vi lämnar bakom oss, men ett spännande 2021 vi välkomnar!

Christian Jansson, medgrundare och VD

1. Om GIAB



Om GIAB

Från två entreprenörer i en liten lagerlokal i Staffanstorp till att bli ett av Sveriges ledande bolag inom cirkulär ekonomi. Idag har GIAB över 100 anställda och kontor i Staffanstorp, Lund, Stockholm och Oslo. De senaste åren har ett växande fokus på hållbarhet utvecklats, engagerat och på många sätt förändrat världen omkring oss vilket gör att vår målsättning fortfarande är lika relevant, om inte mer än någonsin.

GIAB:s kärnverksamhet ligger i att utveckla, implementera och kommersialisera affärsmodeller baserade på cirkulär ekonomi i europeiska storbolag. Affärsidén är att öka varors, produkters och komponenters ekonomiska värde genom effektivare resursutnyttjande och återbruk. Varje upplägg är skräddarsytt utefter våra kunders behov och förutsättningar, allt i en smidig helhetslösning där GIAB sköter allt från logistik, inventering och hantering av produkter till eventuell reparation, rekonstruktion och eftermarknad.

GIAB levererar idag en helhetslösning för att hantera returer och reklamationer åt e-handlare, producenter och distributörer på ett kostnadseffektivt och hållbart sätt, såväl som en komplett cirkulär skaderegleringsprocess till försäkringsbranschen. Med GIAB:s egenutvecklade mjukvara möjliggörs full spårbarhet på produkterna, såväl som banbrytande datainsamling inom miljö, klimat, konsumentbeteende, logistik och tillverkning ner på komponentnivå som de kommande åren kommer vara avgörande för en mer resurs- och klimateffektiv produktion. GIAB:s plattform är utvecklad med syfte att skalas upp internationellt för att möta utmaningarna med returer samt de ökade hållbarhetskraven inom den snabbt växande e-handeln.

GIAB ger produkter ett nytt liv genom cirkulärekonomiska principer.

AFFÄRSIDÉ

GIAB ska vara en internationellt erkänd katalysator för resurseffektiv affärsutveckling och en avgörande aktör i omställningen mot en cirkulär ekonomi.

VISION

GIAB ska upplösa linjära branschstandarder genom att kvarhålla funktionsdugliga produkter på marknaden istället för att dessa bli avfall.

MISSION

DATAINSAMLING



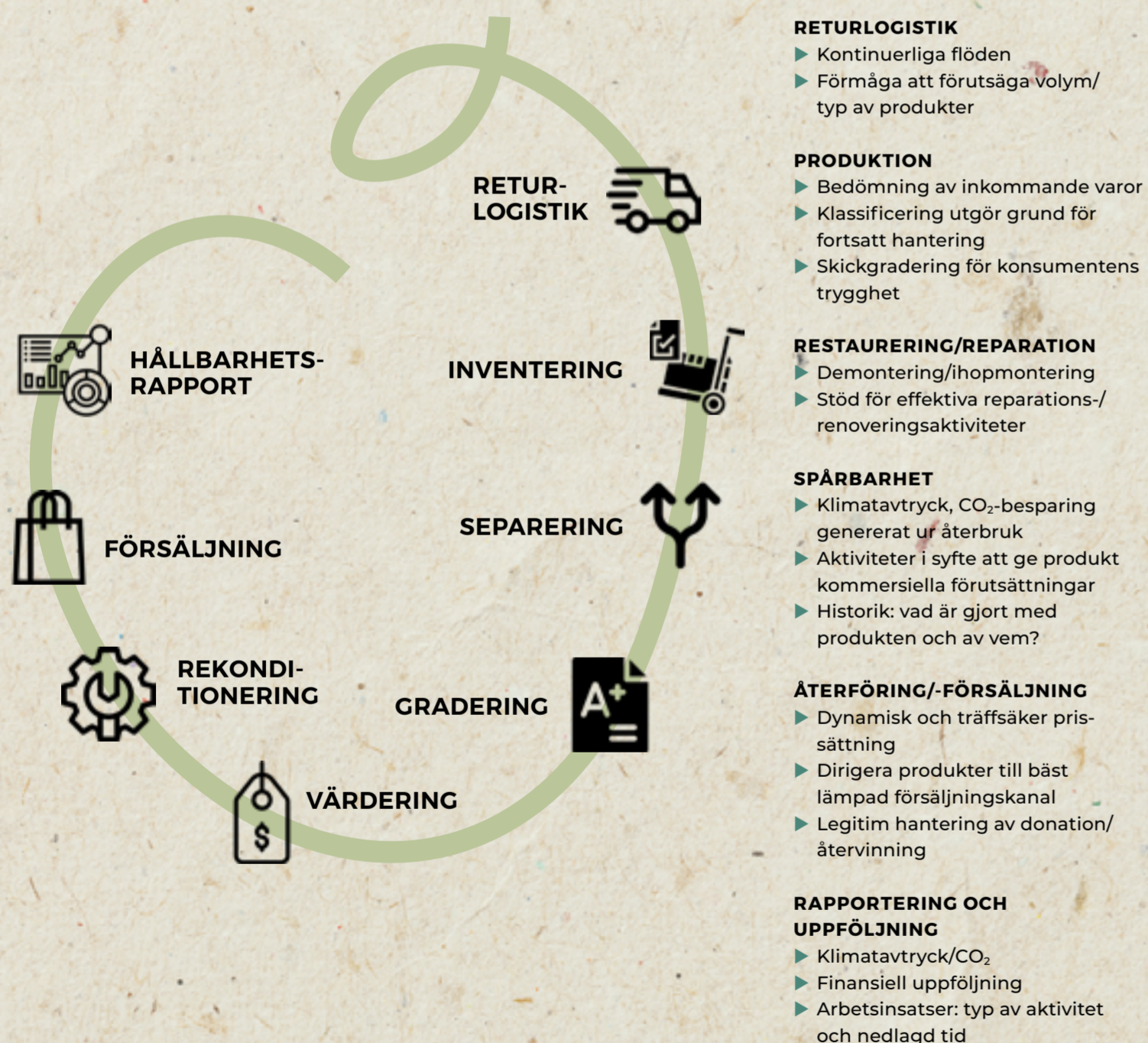
Figuren visar samtliga steg i GIAB:s återbruksprocess.



1.1 Våra tjänster

Vår cirkulära plattform

I en cirkulär modell utgör en stor del av en produkts totala livscykel summan av flera cykler. När en produkt fullgjort sitt syfte hos en användare förmedlas den till en ny användare. Produktens livscykel förlängs genom recirkulering och vi nyttjar på så sätt planetens resurser på ett bättre sätt. Teorin är enkel, utmaningen ligger i att omsätta detta till kommersiellt bärkraftig verksamhet. Förutsättningar idag ställer höga krav på effektivitet, styrning och uppföljning, som i vardagen innefattar processen:



GIAB Circular Platform™ syftar till att automatisera och effektivisera alla delar. Egenutvecklad teknologiplattform ger GIAB full kommersiell frihet att licensiera ut hela eller delar av eko-systemet till samarbetspartners eller kunder. Samtidigt ger det också flexibla möjligheter att tekniskt anpassa för olika affärsmodeller och öppna möjligheter att integrera till andra system och aktörer.

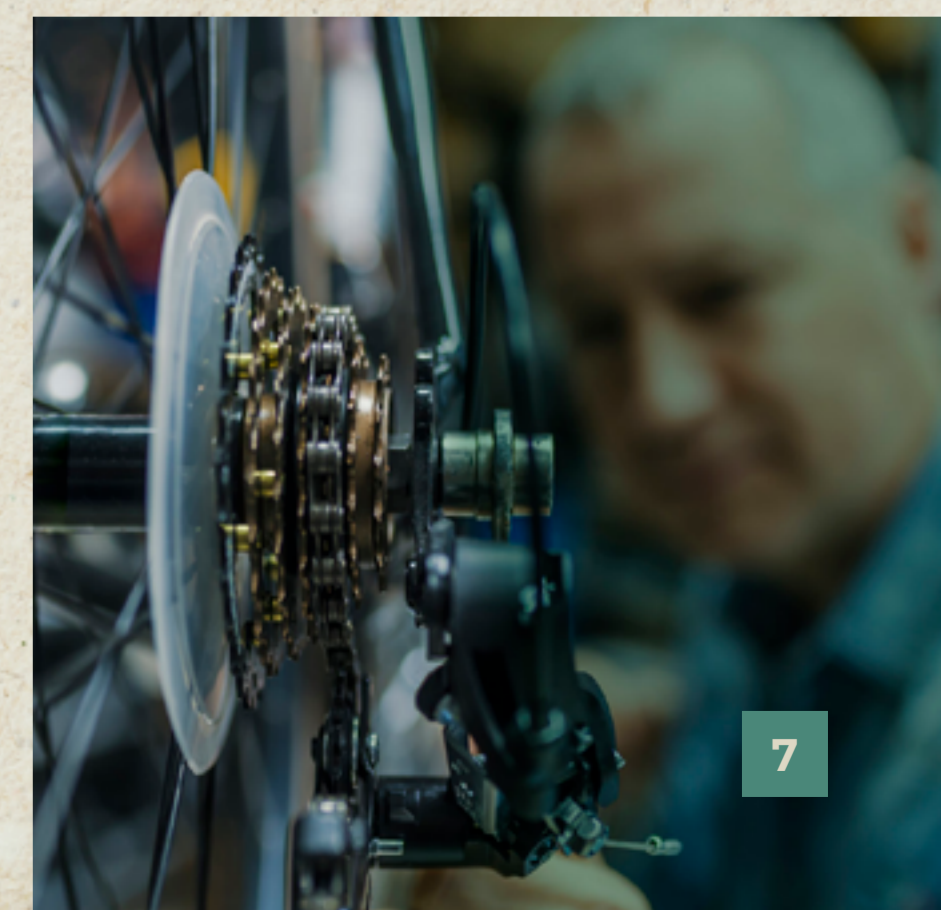
Vår cirkulära plattform innefattar olika tjänster som är anpassade utefter våra kunders behov och förutsättningar. Våra tjänster kan anlitas separat men kompletterar även varandra och som tillsammans skapar vårt cirkulära helhetserbjudande.

” Vad är hemligheten bakom att utveckla en framgångsrik cirkulär plattform?

Hemligheten och den viktigaste ingrediensen är den kraft och vilja att testa som ligger i den entreprenörskraft som genomsyrar bolaget. På GIAB "gör vi", handfasta erfarenheter i kombination med att vara tidigt ute – GIAB var först ut med att identifiera det cirkulära perspektivet i försäkringsbranschen, vi testade, implementerade och skalade upp! – Vår förmåga att snabbt omsätta praktiska erfarenheter till skalbara modeller är en viktig styrka!

En annan framgångsfaktor är vår tidiga insikt om att volymer och kontinuerliga flöden är avgörande för bärighet i cirkulära affärsmodeller. Allt möjliggörs av engagerade medarbetares tydliga vilja och engagemang. Denna kultur är det som i vardagen ligger till grund för vår framgång.

Klas Hansson-Gladh, Ansvarig Digitalisering



GIAB Circular Insurance®

GIAB Circular Insurance, eller Cirkulär Skadeservice® innefattar GIAB:s tjänster till den skandinaviska försäkringsbranschen. Affärsidéns utgångspunkt är att i att försäkringstagaren ska skicka in sin skadade produkt och få skadan verifierad för att vara berättigad kontantersättning. Försäkringsbolag har tidigare betalt ut ersättning utan motkravet att försäkringstagaren bevisar produktens faktiska skada. Produkter som skickas in till GIAB återbrukas genom reparation, rekonditionering och skickas slutligen tillbaka till försäkringstagaren. Vissa inskickade produkter återgår inte till försäkringstagaren utan de säljs i GIAB:s försäljningskanaler till en ny användare. Resultatet blir en ekonomisk besparing för försäkringsbolagen såväl som nöjdare kunder med ett medföljande konkret hållbarhetsarbete då produkter lagas istället för att nya införskaffas. Vår process för cirkulär skadeservice har påvisat att 3 av 10 försäkringstagare väljer att inte använda sin försäkring när denna motprestation krävs, vilket innebär en enorm ekonomisk besparing för försäkringsbolagen. På så vis får försäkringsbolag en innovativ, effektiv, standardiserad, rättvis och hållbar skaderegleringsprocess.

Vår cirkulära skadeservice bedrivs med hjälp av GIAB:s egenutvecklade mjukvara som är anpassad för att automatiskt kommunicera med försäkringstagaren, beräkna miljö- och hållbarhetsdata som reparationsförfarandet bidrar med, beräkna skadeutvecklingen samt generera kundundersökningar. Månadsvis levererar GIAB en hållbarhetsrapport med data, statistik och resultat till försäkringsbolagen där koldioxid-, avfall- och kostnadsbesparingen redovisas.



Vad är hemligheten bakom att bedriva ett företag med hållbar lönsamhet?

Vi analyserar hela tiden skalbarheten i vår affärsidé. Vi gör detta genom att ställa oss frågan var våra tjänster kan bidra med högst värde för våra kunder. Kundupplevelsen är A och O samt inställningen att vi jobbar tillsammans med kunden, istället för åt vår kund. Att omge sig av transparenta partnerskap är också ett vinnande koncept skulle jag säga. Utifrån min erfarenhet på GIAB är det också avgörande att jobba med datainsamling som förtydligar vad som fungerar bra och vad som fungerar mindre bra, vad som kostar och vad som genererar vinst. På så sätt kan företag följa upp sitt arbete och skalbarhet samt omvandla data till konkreta actions.

Hemligheten är att också att ha kompetenta medarbetare, en lyhörd verksamhet som vågar utmana kunder och slutligen modiga kunder. Den kombinationen har i alla fall gett oss möjlighet att testa nya idéer och resulterat i det GIAB är idag.

Mats Jansson, Affärsområdeschef
Circular Insurance

Mobilcirkeln®

Inom GIAB:s cirkulära skadeservice hanteras en mängd olika produkter, det största inflödet innefattas av elektronik varav merparten består av mobiltelefoner. I en sluten loop samlar GIAB in bland annat defekta mobiltelefoner från försäkringstagare som ersätts med en reparerad enhet istället för kontanter. Utgångspunkten i tjänsten är ett standardiserat förfarande för skadade, stulna och förlorade telefoner. Tjänsten kallas för Mobilcirkeln® och innefattar även insamling och ersättning av företagstelefoner. Tillsammans med både lokala och globala samarbetspartners erbjuder vi en ”one-stop-shop” lösning med fokus på kundnöjdhet, digitalisering, sänkt skadekostnad och optimering av försäkringsprodukten.

Mobilcirkeln® baseras på en ”lika-för-lika” princip som innebär att försäkringstagare får en reparerad telefon tillbaka i samma modell och med samma prestanda istället för kontantersättning som vanligtvis betalas ut av försäkringsbolaget för att köpa en ny. ”Lika-för-lika” principen innebär en stor ekonomisk besparing för försäkringsbolagen samt att skadeportföljen inte ökar med tiden.

Med flera års framgångsrik verksamhet i Mobilcirkeln® har GIAB samlat in data som ger unika möjligheter att analysera mobilskador och dess inverkan på försäkringsbolagens skadeportföljer. Med sex års aggregerade transaktioner förser GIAB sina kunder med analyser som tydligt och detaljerat motiverar hur Mobilcirkeln®, i jämförelse med kontantersättning, positivt påverkar utvecklingen av försäkringsbolagens skadeportföljer.

” Vad är hemligheten bakom effektiv retur- och reklamationshantering?

Hemligheten är att ha så lite handpåläggning som möjligt på produkten som returneras/reklameras. Processen bakom hanteringen, från mottagande, sortering, eventuell reconditionering samt försäljning måste vara effektiv för att det skall bli ekonomiskt gångbart och här blir vår egenutvecklade plattform helt avgörande.

Jon von Knorring,
Affärsområdeschef
Re:Commerce

Re:Commerce

Re:Commerce innefattar GIAB:s tjänster för retur- och reklamationshantering åt e-handelsbolag, distributörer och producenter. Returhantering är en utmaning för e-handlare, både utifrån ett ekonomiskt perspektiv och ett hållbarhetsperspektiv. Tuff konkurrens och en ständig jakt på bättre marginaler kräver e-handlarnas fulla fokus. Detta i kombination av den växande medvetenheten kring klimat och hållbarhet som drivits på av samhällsengagemanget från en ung generation av konsumenter har skapat utökade krav på e-handelsbolag. Den medvetna konsumenten kräver transparens i alla led och ett varumärkes popularitet och konkurrensfördelar kan snabbt reduceras om returhanteringen inte sköts resurseffektivt. Det går inte längre att returer hanteras ovarsamt genom att låta produkter åka långväga utomlands, alternativt kasseras. Denna problematik har utgjort grunden till vårt affärsområde Re:Commerce. Under 2020 fokuserade vi på att utveckla Re:Commerce som haft en stark tillväxt under året. Pandemin innebar en ökad digital försäljning vilket genererade fler returer och därmed en ökad efterfrågan på våra tjänster. Under året ökade affärerna med 61 % till antal företagskunder inom detta affärsområde, en stark ökning från föregående år.

GIAB:s tjänst Re:Commerce frigör e-handeln från problemställningen kring returhantering på ett sätt som både är kostnadseffektivt och hållbart. Genom åren har GIAB blivit experter på optimerad returlogistik och flödet inkluderar nu både ångerrätter och reklamationer, garantiärenden och överskottspartier. Vi verifierar att returer och reklamationer är returnerade enligt rådande villkor och applicerar en eventuell värdeminskning innan konsumenten ersätts. Produkterna genomgår sedan en process där de reconditioneras och skickgraderas innan de återförs till marknaden. Försäljning sker via olika kanaler, främst via GIAB:s egenägda Returhuset.se men även via kundens egna försäljningskanal, Blocket och Tradera.

Inom Re:Commerce tillhandahåller vi även tjänster för att hantera uttjänt IT-utrustning på ett cirkulärt sätt. Vi samlar in uttjänt elektronik som dataraderas, reconditioneras och säljs igen. Vi erbjuder även företag tjänsten Mobilecirkeln företag, där bolag kan köpa återtillverkade telefoner i en prenumerationstjänst.

GIAB Consulting

I en värld med ändliga resurser och resursslöseri krävs kompetens inom cirkulär ekonomi och resurseffektivitet. Utifrån våra erfarenheter av cirkulär ekonomi har vi en konsultverksamhet som erbjuder våra kunder spetskompetens och rådgivning inom områdena cirkulär affärsutveckling, hållbara investeringar, hållbar produkt- och designutveckling, hållbart varumärkesbyggande, hållbarhetsredovisning samt klimatberäkningar.

GIAB:s konsulter arbetar med att identifiera och implementera processer utifrån konceptet cirkulär ekonomi. Praktisk implementering av cirkulär ekonomi möjliggör kostnadsbesparingar och effektiv lönsamhet samtidigt som verksamhetens positiva miljöpåverkan maximeras. Vi kombinerar teori och praktik och utnyttjar synergierna mellan våra affärsområden inom bolaget. Vårt uppdrag är att bidra med värde, såväl hållbarhetsmässigt som affärsmässigt. Konsultuppdragen innefattar idag ett brett spektrum inom hållbarhet för kunder som bland annat Finja, Schööns Måleri, IKEA samt Accus.



1.2 Våra styrkor

- ✓ **Handlingskraftiga**
- ✓ **Innovativa**
- ✓ **Entreprenöriella**
- ✓ **Pålitliga**
- ✓ **Anpassningsbara**

Det är genom att vara innovativa och handlingskraftiga som vi på GIAB gör skillnad. Vi växer hela tiden och till vår glädje blir det successivt allt fler som är med och formar vår utveckling och ger sitt bidrag till en bättre morgondag.

Vår breda produkthantering har med åren gett oss en gedigen kompetens och möjligheten att utforma fördelaktiga helhetserbjudande till våra kunder. Detta har vi gjort genom att kombinera konkret affärskompetens med den cirkulärekonomiska modellen.

Av våra kunder kännetecknas vi som förtroendeingivande och en långsiktig samarbetspartner vilket är en uppfattning vi värdesätter och ständigt ser till att bibehålla. Vi har en differentierad erfarenhet i vår ryggsäck som gör att vi kan anpassa samarbetsupplägg till varje individuell kund, stor som liten, utifrån behov och förutsättningar. Styrkan i detta blir ännu större när våra olika affärsområden samspelar för att leverera optimerade helhetslösningar som stärker våra kunders verksamheter.

Vi tror på att kvarhålla delar av den entreprenöriella andan som bolaget startades med vilket främjar innovationstakten i de projekten vi gör, påskyndar vår mobilisering i nya samarbeten och möjliggör småskaliga piloter med stor uppskalningspotential.

Vi har ett gediget praktiskt kunnande om hur cirkulär ekonomi borde implementeras och vi älskar att göra affärer. Vi gör skillnad genom vår drivkraft. Vi är proaktiva och hittar nya lösningar med tydliga ledord om att det är vad du gör som räknas – inte vad du säger.



1.3 Våra värderingar

GIAB är ett entreprenörsdrivet bolag som drivs av starka värderingar och en väldigt stark affärskultur. Till GIAB söker sig typiskt personer med starkt engagemang som drivs av en önskan att göra världen till en bättre plats. Resultatet blir en handlingskraftig verksamhet med stark sammanhållning och en stolthet över sin arbetsplats bland medarbetarna. I vår ansträngning att hålla vår entreprenörskraft levande har vi en kultur och strävan om att minimera byråkrati.

Våra företagsvärderingar vägleder oss i det dagliga arbetet och genomsyras således i allt vi gör:

-  **Glädje**
-  **Kundservice**
-  **Handlingskraft**
-  **Ärlighet**

Genom att vara ärliga och transparenta gentemot varandra, mot våra kunder och leverantörer skapar vi förtroende och långsiktiga affärer. Vi prioriterar alltid kunden och att ge den bästa kundservicen. Vi ska alltid sträva efter att vara snabba, prestigelösa och handlingskraftiga och vi utför vårt arbete tillsammans med stor glädje.



1.4 Viktiga händelser under året

GIAB + IKEA + ReTuna = sant

GIAB:s samarbete med IKEA startade 2019, när GIAB valdes ut som ett av 18 bolag från hela världen att delta i acceleratorprogrammet IKEA Bootcamp. Syftet med IKEA Bootcamp var att med hjälp av de deltagande bolagen, boosta IKEA:s innovationsarbete på olika områden inom ramen för IKEA:s hållbarhetsmål (helt cirkulära 2030). GIAB:s fokusområde i bootcamp var ”Circularity and Climate Positive”. Under bootcamp testades cirkulära affärsmodeller för renovering och återintroduktion av begagnade IKEA-möbler.

Efter bootcamp har innovationsarbetet fortsatt tillsammans i något som man kan kalla ett ”business lab”. Massor av IKEA möbler har renoverats, och i samband med detta har många nya renoveringsmetoder kunnat testas i syfte att stötta IKEA i beslutsunderlag för framtida cirkulära satsningar. De renoverade möblerna har sålts i olika försäljningskanaler, och har även hyrts ut. Utifrån det fortsatta samarbetet och de tester som har gjorts så har många slutsatser kunnat dragits om recirkulering av begagnade IKEA-möbler.

Under 2020 var GIAB IKEA:s cirkulära partner i öppningen av världens första IKEA second-hand butik. GIAB:s uppdrag var att etablera, projektleda och skala upp en reparationsverksamhet. Under ledning av GIAB utförde Samhall själva reparationerna. Butiken öppnade den 2 november på ReTuna återbruksgalleria i Eskilstuna – en galleria med ett tiotal butiker som endast säljer återbrukade produkter. ReTuna är kopplad till Eskilstunas avfalls- och återvinningsstation, och alla produkter som säljs i gallerian, har via återvinningsstationen blivit donerade av privatpersoner.

Projektet på ReTuna är också ett produktionstest för GIAB Circular Platform™ som är ett IT-ekosystem för hantering av produkter ur ett cirkulärt perspektiv. I plattformen registreras bland annat information om produkten vid intag, vilka behandlingsmetoder som genomförts vid renovering och pris vid försäljning. IKEA har nu med hjälp av GIAB Circular Platform konkret data samt beslutsunderlag för IKEA:s ambitioner framåt.



Den 2 november 2020 öppnade IKEA världens första IKEA second-hand-butik. Detta uppmärksammades stort i hela världen. GIAB är stolt cirkulär partner i samarbetet!

Hållbar E-handel

Hållbar E-handel är såväl en organisation som ett branschinitiativ vars syfte är att skapa en hållbarare svensk e-handel. Organisationen vill skapa en branschstandard för hållbar e-handel som gör hållbarhet mätbart och förståeligt för alla inom ekosystemet e-handel, inte minst konsumenterna (Hållbar e-handel, 2020). Svenska e-handelsbolag står bakom branschinitiativet och det är något vi på GIAB välkomnar. Vi vill bidra till en hållbarare svensk e-handel och vara en drivande aktör i omställningen.

GIAB blev tidigt medlemmar i Hållbar e-handel och under hösten gick vår E-commerce manager samt Hållbarhetschef utbildningen Hållbar E-handel som innebär att vi idag är certifierade. Det är första utbildningen i sitt slag. Certifieringen baseras på ett projektarbete med fokus på det egna företagets hållbarhetsarbete. Utbildningen gav utrymme för diskussioner och erfarenhetsutbyte mellan deltagarna, samt att man under hösten arbetade i praktiken med uppgifter som faktiskt konkret driver branschen mot en mer hållbar riktning. Certifieringen innebär en kvalitetsstämpel för våra kunder att vi har kompetens i frågan och arbetar aktivt med att implementera åtgärder för en mer hållbar e-handel.

Debatten och intresset kring hållbarhet inom e-handeln exploderade under 2020 och kommer troligtvis bara att öka. Att vara en hållbar e-handel är något som GIAB prioriterar med tanke på vår affärsidé och vårt försäljningsutbud. Därför arbetar vi aktivt med att implementera åtgärder i driften av vår e-handel för att minimera vår negativa miljö- och klimatpåverkan. Rent konkret innebär det att vi till exempel endast använder återvunnen wellpapp i vårt emballage, köper in tejp med mer skonsamma och miljövänliga klister, anpassar kartongens storlek efter produkt så att vi inte kör runt med luft samt att vår server (hjärtat i vår e-handel och våra system) drivs av förnybar energi.

Emelie Magnusson,
E-commerce manager och
Matilda Jarbin,
Hållbarhetschef



GIAB:s Stockholmsetablering

GIAB:s etablering i Stockholm i slutet på 2019 tog verkligen fart under 2020. Idag har vi 14 medarbetare som utgår från siten i Skogås/Länna. Lokalerna utgör lager, logistikhub och utlämningsställe. Vi har även byggt upp en produktionslina för att reparera och rekonditionera på vitvaror. Under 2020 förlängde vi livet på tusentals vitvaror i uppdrag av BSH i Finland.

Etableringen i Stockholm ligger i linje GIAB:s tillväxtstrategi. Närhet till kunder och marknad är givna geografiska aspekter. Effekterna är omedelbara, vår närvaro i regionen har bidragit till utökade samarbeten med bland annat Babyshop group, Lekmer, Mio, Bauhaus, DHL, Folksam och BSH. All retur- och reklamationshantering för BSH, Mio och Babyshop group drivs från siten i Stockholm. Tack vare etableringen har vi utökat vårt samarbete med DHL och tar idag hand om produkter från fler siter i mellersta och norra Sverige än vi gjorde tidigare. I ett hållbarhetsperspektiv så innebär etableringen i Stockholm optimerade och minskade transporter. Idag hämtar vi upp gods i egen regi i Stockholmområdet vilket ger oss möjligheter att samköra inflöde av returer, reklamationer och försäkringsärenden med utflöde av produkter som vi säljer på returhuset.se. 75 % av alla som handlar på returhuset.se bor i Stockholmsområdet så det bidrar även till snabbare hantering för kunderna såväl som minskade transporter om vi jämför med att produkterna skulle fraktats från Staffanstorps. Planen för 2021 är att utveckla en "fossilfri-last-mile" lösning i egen regi.



” Vad har varit prioriterat för under 2020 gällande GIAB:s digitaliseringsresa?

Det har varit tydligt fokus på att digitalisering av våra returhanteringstjänster, båda avseende fysisk hantering av gods men också för renoverings-/reparationsarbete. I skrivande stund har vi redan ärende registrerade i tusentals, en bra bekräftelse på att vi träffat rätt i våra prioriteringar!

Jag vill också lyfta fram att vår teknologiplattform utvecklas i nära samarbete med några av våra viktigaste partners. IKEA:s globala ambitioner och CDON:s särställning som skandinavisk marknadsplats innebär höga målsättningar och globala ambitioner. Med all tydlighet har 2020 inneburit förflyttning från innovation till affärskritiskt.

Klas Hansson-Gladh
Ansvarig Digitalisering

GIAB's tidsresa



2. Strategisk inriktning



Strategisk inriktning



” Jag är stolt över vårt hållbarhetsarbete under 2020.

Vi har med nya verktyg och metoder skapat en väldigt bra bas att bygga vårt strategiska hållbarhetsarbete framåt. Väsentlighetsanalysen har givit oss konkret information på vad vi ska fokusera på i såväl våra affärer som i vårt hållbarhetsarbete. Nu satsar vi hårt på att öka återanvändningsgraden, investera hållbart och implementera innovativa lösningar för logistikdjan!

Matilda Jarbin
Hållbarhetschef

Hållbarhet för oss är vår förmåga att förvalta resurser på ett affärsmässigt och cirkuläreconomiskt sätt som minskar behovet av nyproduktion och tillhörande klimatpåverkan. Vår affärsidé och samtliga strategier genomsyras av vår målsättning att vara en katalysator som skalar upp marknadens förmåga att återbruka resurser. Vi vill åstadkomma detta genom att vara en pålitlig återbrukspartner för vår omgivning där vi arbetar proaktivt och agilt med att optimera våra tjänsters kvalitet, effektivitet, prestanda och lönsamhet. Vi tror att samarbete och synergier mellan branscher, verksamheter, discipliner och människor är nyckeln till ett framgångsrikt hållbarhetsarbete och vi gör vårt yttersta för att förvalta vår roll som ”spindeln i nätet” på bästa sätt. Hållbarhet för oss är också att påvisa resultatet av arbetet, det vill säga att faktiskt påvisa nyttan med vår verksamhet och våra partnerskap genom data.

2.1 Hållbarhetschefen har ordet

I skuggan av Covid-19 som totalt lamslog världen 2020 så rapporterades det om en annan sak, en sak som det inte finns något snabbverkande vaccin för. Klimatförändringen. 2020 blev det varmaste året någonsin i Sverige enligt SMHI och det varmaste året i världen enligt NASA, sedan mätningar började 1860 (SMHI, 2021 samt NASA, 2021). 2020 satte också punkt för det varmaste decenniet någonsin. Nu går vi in i ett avgörande decennium för klimatet. Vi har bara 10 år på oss att halvera världens utsläpp av växthusgaser för att kunna nå utsläppsnivåer enligt Parisavtalet. Vi har endast 10 år på oss att nå de globala målen. Lek med tanken att klimatförändringens effekter hade varit så direkta som ett virus, hur hade vi agerat då?

Jag hoppas att vi har lärt oss något av 2020 och agerar utifrån det när det kommer till klimatfrågan. Vi har bevisat hur lösningsorienterade, uppfinningsrika och anpassningsbara vi är, om vi måste. Vi lämnar ett år bakom oss där både flygresor och vägtransport minskat drastiskt, där vi har stängt ned stora delar av våra samhällen världen över, där vår konsumtion och produktion minskade. Vi har genomfört drastiska åtgärder för att begränsa pandemin, åtgärder som även gynnat klimatet. Men hur drastiskt det än har varit, hur mycket har det hjälpt? Enligt beräkningar från Global Carbon project har vi reducerat utsläppen av

växthusgaser tillfälligt med 7 % globalt och 10 % i Sverige 2020 jämfört med föregående år (Ny teknik, 2020). Jag tycker det visar väldigt tydligt vilka enorma insatser vi måste sätta in för att nå 1,5-gradersmålet. Insatser av aldrig skådat slag. När Corona-krisen är över så kommer vi att gå in i ett skede av återuppbyggnad och då blir det viktigt att den uppbyggnaden av samhället igen har ett klimatfokus. Stimulanspaket på miljardbelopp för att lindra de ekonomiska effekterna av pandemin har delats ut under året. Det skulle gå att hålla världens uppvärmning på en nivå som är i linje med Parisavtalet för betydligt mindre summor. En ny studie visar att hälften av pengarna skulle räcka för att få oss på god väg mot att bromsa den globala uppvärmningen.

Hållbarhetsarbetet fick pausas i många verksamheter under 2020, men inte på GIAB. Vi körde på och avsatte resurser för att öka nivån på vårt strategiska hållbarhetsarbete. Arbetet med att ta fram styrmedel för cirkulär ekonomi pausades inte heller. Strategier och handlingsplaner för att implementera cirkulär ekonomi har presenterats på såväl EU-nivå som på nationell nivå, vilket vi på GIAB välkomnar och ser fram emot ska främja marknaden för cirkulära affärer.

Vårt strategiska hållbarhetsarbete tog ett stort kliv då vi för första gången genomförde en omfattande intressentdialog och väsentlighetsanalys. Jag är både glad och stolt att vi i denna rapport kan presentera resultatet av det. Framför allt vår tydliga strategi och våra mål framåt, fördelat på våra olika målgrupper. På GIAB har vi alltid arbetat konkret, i praktiken med hållbarhet. Nu arbetar vi även strategiskt, metodiskt och analytiskt. För mig är det ett bevis på att vi har gått in i en ny fas. Från det lilla tillväxtbolaget till det medelstora bolaget som är en avgörande aktör på marknaden. Mer strukturerat än förr, men fortfarande lika entreprenöriellt som för åtta år sedan. Med den kombinationen ser jag fram emot denna nya fas. Den fas där vi etablerar oss i hela Skandinavien, för nu är tiden inne och marknaden redo.

2.2 Styrning av hållbarhet

På GIAB är det styrelsen som är ytterst ansvarig för verksamheten och så även att vi driver ett aktivt och långsiktigt arbete för en hållbar utveckling. Hållbarhetsarbetet är väl förankrat i styrelsen. Företagsledningen på GIAB tar beslut om hållbarhetsstrategi, mål och policier. GIAB:s hållbarhetschef ansvarar för den strategiska agendan, aktiviteter, måluppföljning, ISO-arbetet och kommunikation. Hållbarhetschefen har till uppgift att styra, prioritera och fatta beslut. Arbetet förankras vid planerade tillfällen i företagsledning och i styrelse vid behov. Ledningen är drivande i hållbarhetsarbetet och vi har fördelat ansvar för genomförande av arbetsinsatser och samarbetar internt för att skapa resultat. Hållbarhet är en del av vår affärsstrategi och implementeras i alla delar av vår affär. Som underlag och bas för vårt aktiva hållbarhetsarbete har vi följande:



VÄSENTLIGHETSANALYS

År 2020 genomfördes en väsentlighetsanalys för GIAB, se resultat i kapitel 2.4. Väsentlighetsanalysen görs var tredje år, följt av en genomgång och uppföljning årligen.

INTRESSENTDIALOG

Som en del i Väsentlighetsanalysen har vi haft en intressentdialog med cirka 20 st viktiga intressenter. Se kapitel 2.4.

SWOT-ANALYS

För att identifiera våra risker, möjligheter, hot och svagheter genomförs årligen en SWOT-analys på ledningsgrupp-nivå. Resultatet är internt men används för att forma den strategiska inriktningen framåt.

RISKANALYS

Bolagets risker hanteras i våra riskhanteringsprocesser, i vilken krav på verksamheten, strategiska, operationella, finansiella och hållbarhetsrisker identifieras, utvärderas och hanteras. Det är ledningsgruppen som ansvarar för riskanalys och riskhantering.

Riskanalysen genomförs årligen av företagsledningen i samband med bolagets strategidagar.

DE GLOBALA MÅLEN

I vårt målsarbete på GIAB utgår vi från Agenda 2030 och de globala målen. Vi har brutit ned delmål till egna företagsspecifika mål som vi arbetar aktivt med inom organisationen, se kapitel 2.6. Målen följs upp årligen.

ISO 9001 OCH 14001

Sedan 2015 är vi ISO-certifierade enligt ISO 9001 och 14001. Vårt ledningssystem är vårt viktigaste verktyg för att skapa rutiner och processer samt att ha en struktur på uppföljning. Ledningssystemet omfattar såväl miljö- och kvalitet som arbetsmiljöfrågor. Tack vare ledningssystemet har vi strukturerade rutiner för att hantera allt från avvikelshantering och nödlägesberedskap, till verktyg för analys av förändring i verksamheten.

Styrande dokument:

- ✓ Arbetsmiljöpolicy
- ✓ Verksamhetspolicy
- ✓ Code of Conduct
- ✓ Leverantörskod

2.3 Värdet vi skapar

Vi ska bidra med värde för att ha ett existensberättigande. Vi har som krav på oss att bidra med värde från såväl kunder som oss själva. Vi ska bidra med värde socialt, ekonomiskt och miljömässigt.

SOCIALT

Vi erbjuder en trygg arbetsplats där diskriminering och trakasserier ej får förekomma.

Vi erbjuder arbetstillfällen för personer som står långt ifrån arbetsmarknaden.

På GIAB får medarbetarna chans att växa och utmana sig själva.

EKONOMISKT

Vi har en ekonomisk tillväxt som är starkt korrelerad med positiv miljö- och klimatpåverkan.

Under de senaste fem åren har vi haft en starkt omsättnings-tillväxt på ca 900 %.

Vi förenar hållbarhet och lönsamhet, vilket innebär att våra kunder kan driva ett lönsamt samarbete.

MILJÖ-MÄSSIGT

Vi minimerar avfallsmängder genom återbruk.

Genom att cirkulera produkter förhindrar vi i förlängningen att nytt, ändligt material förbrukas.

Vi bidrar till att koldioxidutsläppen minimeras.

Vi implementerar cirkulär ekonomi "på riktigt" hos våra kunder.

2.4 Vårt fot- och handavtryck

En verksamhet kan inte bedrivas utan att lämna ett ekologiskt fotavtryck, däremot kan fotavtryckets storlek påverkas med hjälp av exempelvis resurseffektivisering, åtgärder för avfall- och utsläppsminimeringar och energiomställning. Traditionellt sett verkar företag för att minska sitt fotavtryck men verksamheter kan även påverka storleken på sitt handavtryck, det vill säga sin positiva miljöpåverkan. Med tanke på GIAB:s affärsidé är vårt handavtryck mer väsentligt än vårt fotavtryck. Idag är vi klimatpositiva, vilket betyder att vi minimerar mer koldioxidutsläpp än vad vår verksamhet genererar. Vi fokuserar på att ständigt öka vårt positiva handavtryck, parallellt som vi arbetar med att minimera vårt fotavtryck.

Genom att förse en konsument med en återbrukad produkt, förhindrar vi indirekt att den konsumenten köper en helt ny produkt som alternativ. Det i sin tur leder till att den produkten inte behöver nyproduceras. Denna besparing är utmanande att räkna på men vi har sen GIAB:s start räknat på avfallsbesparing och koldioxidminimering för de produktkategorier där det finns tillförlitlig data.

En stor produktkategori som vi återbrukar är mobiltelefoner. Den svenska handeln uppskattar att det årligen säljs mer än tre miljoner smartphones i Sverige (El-Kretsen, 2019). I tillverkningsprocessen av dessa tre miljoner smartphones krävs det ungefär 300 ton koppar, cirka 18 ton kobolt, nästan 1000 kilo silver, 45 kilo palladium och över 160 kilo andra sällsynta jordartsmetaller. Bara gruvavfallet från ett kilo koppar beräknas ge upphov till mellan 250 och 600 kilo gruvavfall (Miljödepartementet, 2015). Att utvinna dessa metaller innefattar dåliga arbetsförhållanden och förbrukar stora mängder energi, sprider miljögifter och förorenar grundvatten, sjöar och vattendrag. Genom att recirkulera konsumentprylar bidrar GIAB till att minska till att nykonsumtion och utvinning av jungfruligt material undviks.



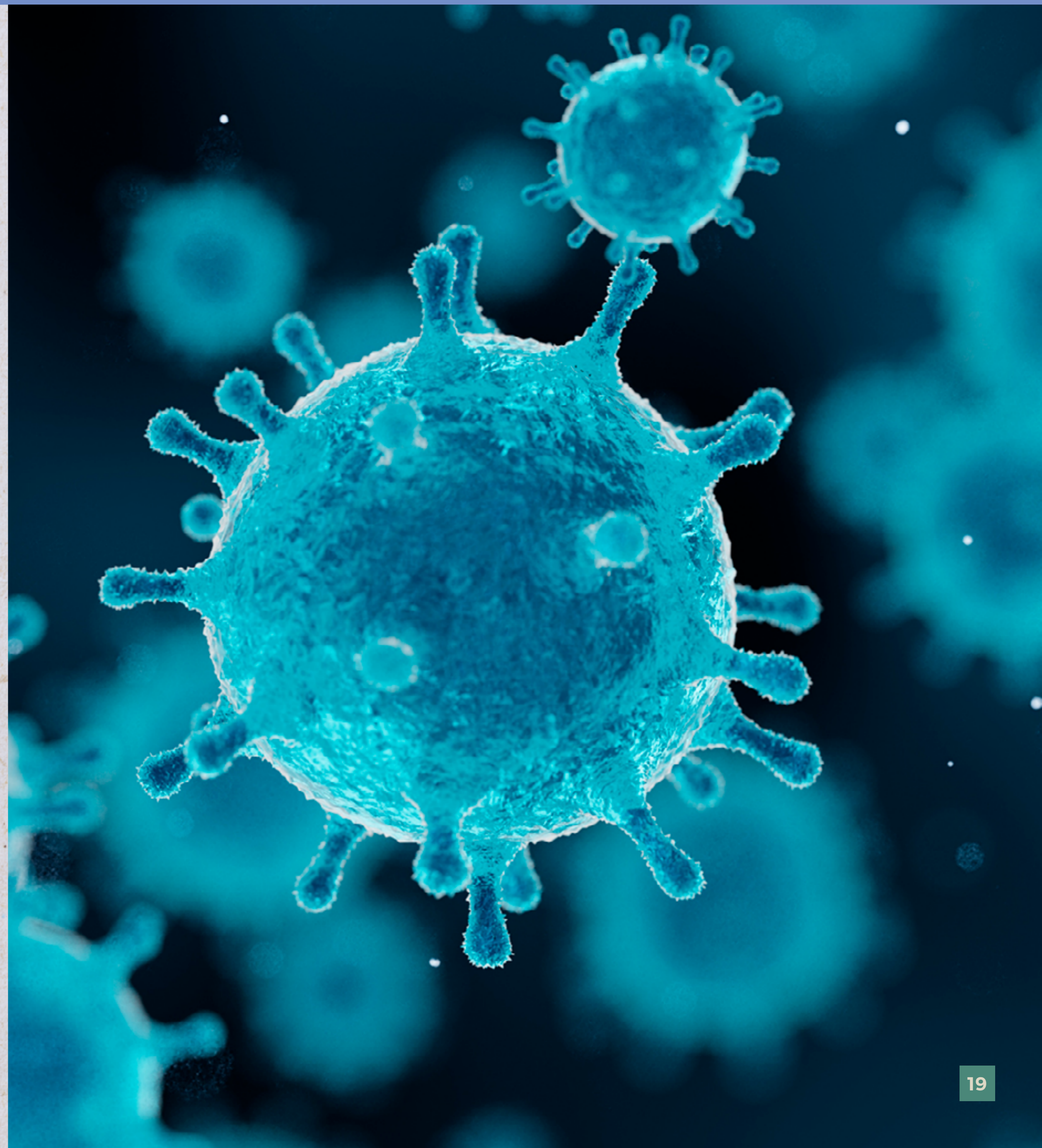
2.5 Omvärldsbevakning

2020 är året som vi kommer att läsa om i historieböckerna. Pandemin lamslog hela världen i början på året och många länder stängde ned hela samhället. Många branscher drabbades hårt, bolag gick i konkurs, människor blev arbetslösa och världsekonomin dalade. Tack vare Sveriges regerings strategi uteslöts totalt nedstängning. Men på många sätt blev vi alla tvingade att snabbt ställa om, både som företag och som privatpersoner.

Vissa branscher drabbades och vissa gynnades av pandemin. E-handeln har tveklöst tagit ett jättekiv under pandemin. Den svenska e-handeln ökade sin försäljning med 40 % under 2020 jämfört med 2019 (E-handelsbarometern, 2020). Det är en historisk ökning. Försäljningssiffror motsvarande Black Friday och julrean blev konstanta vilket gynnade både e-handelsbolagen och logistikbolagen. GIAB märkte av den trenden likaså och Returhuset.se ökade sin försäljning med 246 % under 2020. Vi ökade vår kundstock då fler e-handlare gav oss förtroendet att ta hand om deras retur och många fysiska butiker som inte hade någon e-handel sålde sina varor via oss.

Effekterna av pandemin såg annorlunda ut för Circular Insurance. Pandemin har i stor utsträckning minskat befolkningens rörelse. Inbrott har minskat markant då många stannar hemma, resor har av naturliga skäl uteblivit och strikta restriktioner mot restaurangbranschen har lett till att färre personer rör sig ute och inte lika sent, vilket innebär färre försäkringsärenden gällande mobilskador. Som resultat har volymen av ärenden på Circular Insurance minskat med -10 % under 2020.

Corona påverkade självklart oss som organisation. Det är utmanande att växa under osäkra tider när ovisshet råder. På GIAB arbetade vi fram olika scenario under våren och implementerade förebyggande åtgärder och förberedde för eventuella anpassningar. Framför allt arbetade vi med att effektivisera organisationen och minimera kostnadsmassorna. I denna sorters tider utmanas ledarskapet. Under hösten införde vi hemarbete för de som kan, vilket var majoriteten av alla anställda. Att leda på distans har varit en av de största utmaningarna för oss som organisation. Trots Coronapandemin växte vi med ca 16 % under året, men 2020 var första året sedan GIAB:s start som vi visade ett negativt resultat.



AMAZONS INTÅG I SKANDINAVIEN

Att Amazon.se lanserades under sensommaren 2020 har inte undgått någon. Från de större e-handlarna och experterna var mottagandet svalt. Utöver att man anser att Amazon tar för stor del av marginalen om man som handlare nyttjar deras erbjudande så var det kritik och skrattfest över produkttexter, priser och utbud.

Ur media under perioden:

VD för en av Skandinaviens största hemsida för prisjämförelse:

– Det är det största hafsverk jag någonsin har sett. De har inget särskilt erbjudande, dåliga översättningar, fel texter till vissa produkter. Det kommer alla att tycka. Han säger vidare att det är en ”förolämpning” att kalla Amazon ett hot mot svensk e-handel (Expressen, 2020).

VD för ett av Sveriges främsta analysföretag krig handel:

Det känns inte som en jätteambitiös lansering. Priser, texter och framför allt utbudet, det generella erbjudandet, känns inte särskilt lokalt anpassat (Dagens nyheter, 2020).

Tro mig, Amazon är absolut ett ambitiöst bolag och dom är långsiktiga.

Men det går inte att titta på Amazon för snävt och jämföra jätten med en vanlig marknadsplats eller en e-handels sajt. Amazon vill först äga trafiken och därefter kunden.

Detta är därför i första skedet ett slag om produktsöket. Google vs Amazon har kommit till Sverige och ser man på hur det utvecklats på amerikanska marknaden så vinner Amazon. Ska du som konsument leta efter en produkt så börjar du din resa hos Amazon, det är helt enkelt konsumentens preferens som sökmotor. Men innan konsumenterna har lärt sig att man skall börja köpresan hos Amazon så måste Amazon synas på konsumenternas nuvarande val av plattform vilket paradoxalt nog är Google. Mängder med ekonomiska resurser läggs därför nu för att köpa trafiken genom Google Ads och shopping. När kunderna i slutändan inser att dom hamnar på Amazon förr eller senare så kommer dom istället påbörja sin resa där. Vinner dom även slaget i Skandinavien så spelar det ingen roll om du som leverantör eller återförsäljare tycker att dom är för dyra. Det är konsumenten som bestämmer. Om du inte är tillräckligt nischad kombinerat med ett starkt varumärke så måste du på sikt finnas där för att synas. I takt med att Amazon blir det primära valet av plattform för inköp så kommer marginalen för många handlare att behöva stärkas. Då blir det allt viktigare att dyka in i detaljer som tidigare kanske hamnat i skymundan. Detaljer som returhanteringen. Vad har returhanteringen egentligen för påverkan på vår marginal?

Ur ett hållbarhetsperspektiv så är Amazon på många sätt en syndare.

Kritik kring ohållbar returhantering och dåliga arbetsvillkor dyker ständigt upp vilket kortsiktigt kan ha viss bromseffekt för deras positionering i Skandinavien där konsumenten generellt är väl påläst, har god ekonomi och kan unna sig att välja ett hållbarare alternativ.

Detta är jag övertygad om att Amazon kommer adressera på sikt och säkerställa att deras erbjudande passar den skandinaviska konsumentens behov.

Att då inte ta dialog med Skandinaviens ledande expert inom returhantering, återbruk och hållbarhet vore ju dumt, och vem vore vi att kalla Amazon dumma?



Jon von Knorring
Affärsområdeschef Re:Commerce



STYRMEDEL FÖR CIRKULÄR EKONOMI

På EU-nivå var aktiviteten kring cirkulär ekonomi hög under 2020. I mars presenterade EU-kommissionen den nya handlingsplanen för en cirkulär ekonomi, Circular Economy Action Plan (CEAP). Syftet med handlingsplanen är att med olika åtgärder nå EU:s hållbarhetsmål om att vara klimatneutralt till år 2050. Handlingsplanen avser att inriktas på utformning och produktion för omställningen till en cirkulär ekonomi – något som ska ske i samverkan med bland annat näringslivet. CEAP är en av de viktigaste byggstenarna i den europeiska gröna given (the Green Deal) som presenterades 2019. Den gröna given innehåller en färdplan mot ett klimatneutralt EU, där resursanvändning och ekonomisk tillväxt är frikopplat (Europaparlamentet, 2020).

Under hösten presenterade EU-kommissionen sedan detaljer om åtgärder i det planerade åtgärds paketet CEAP. I planen bekräftades under



hösten 2020 att lagstiftning för att garantera så kallad "right-to-repair" inom EU är tänkt att föreslås redan nästa år.

Syftet med "right-to-repair" är att främja och förenkla återanvändning och reparation av produkter samt motverka produkter med en förkortad livslängd. EU-parlamentet vill helt enkelt att reparera produkter ska vara enkelt och lönsamt för alla. Detta ska uppnås med bland annat utökade garantier, garantier på reservdelar och kommunikation kring hur en produkt ska underhållas och repareras.

För att ytterligare uppmuntra konsumenter att reparera sina produkter, och företag att göra mer hållbara val vill parlamentet ha ett ökat stöd av marknaden för återanvända produkter samt en större andel hållbar offentlig upphandling. För marknadsföring av produkters miljöprestanda ska det finnas gemensamma kriterier, som vid en certifiering. Slutligen vill parlamentet se att rättsliga hinder för reparation, återanvändning och återförsäljning avskaffas. Lagförslaget som läggs fram för röstning presenteras under 2021 (Euparlamentet, 2020-2).

Den gröna given, handlingsplanen för cirkulär ekonomi och "right-to-repair", är helt i linje med GIAB:s verksamhet. Vad konsumenter väljer för produkter påverkar den cirkulära ekonomins framfart, och konsumenters val påverkas av bland annat tillgänglig information och utbud av produkter med lägre klimatpåverkan. Ökad renovering och reparation bidrar även till ökad social hållbarhet i EU, genom ett ökat antal arbetstillfällen.

I linje med EU:s fokus på cirkulär ekonomi lanserade Sveriges strategi för cirkulär ekonomi under våren 2020. Denna nationella strategi pekar ut inriktningen för det arbete som behöver göras för att ställa om till en cirkulär ekonomi. Visionen är ett samhälle där resurser används effektivt i giftfria cirkulära flöden och ersätter jungfruliga material. Strategin presenterar fyra olika fokusområden där fokusområdet "cirkulär ekonomi som drivkraft för näringsliv och andra aktörer genom åtgärder som främjar innovation och cirkulära affärsmodeller" går i linje med GIAB:s verksamhet både avseende fokus på återbruk och cirkulära affärsmodeller (Regeringskansliet, 2020). Handlingsplan och tillhörande åtgärder presenterades under januari 2021.

2.6 Väsentlighetsanalys

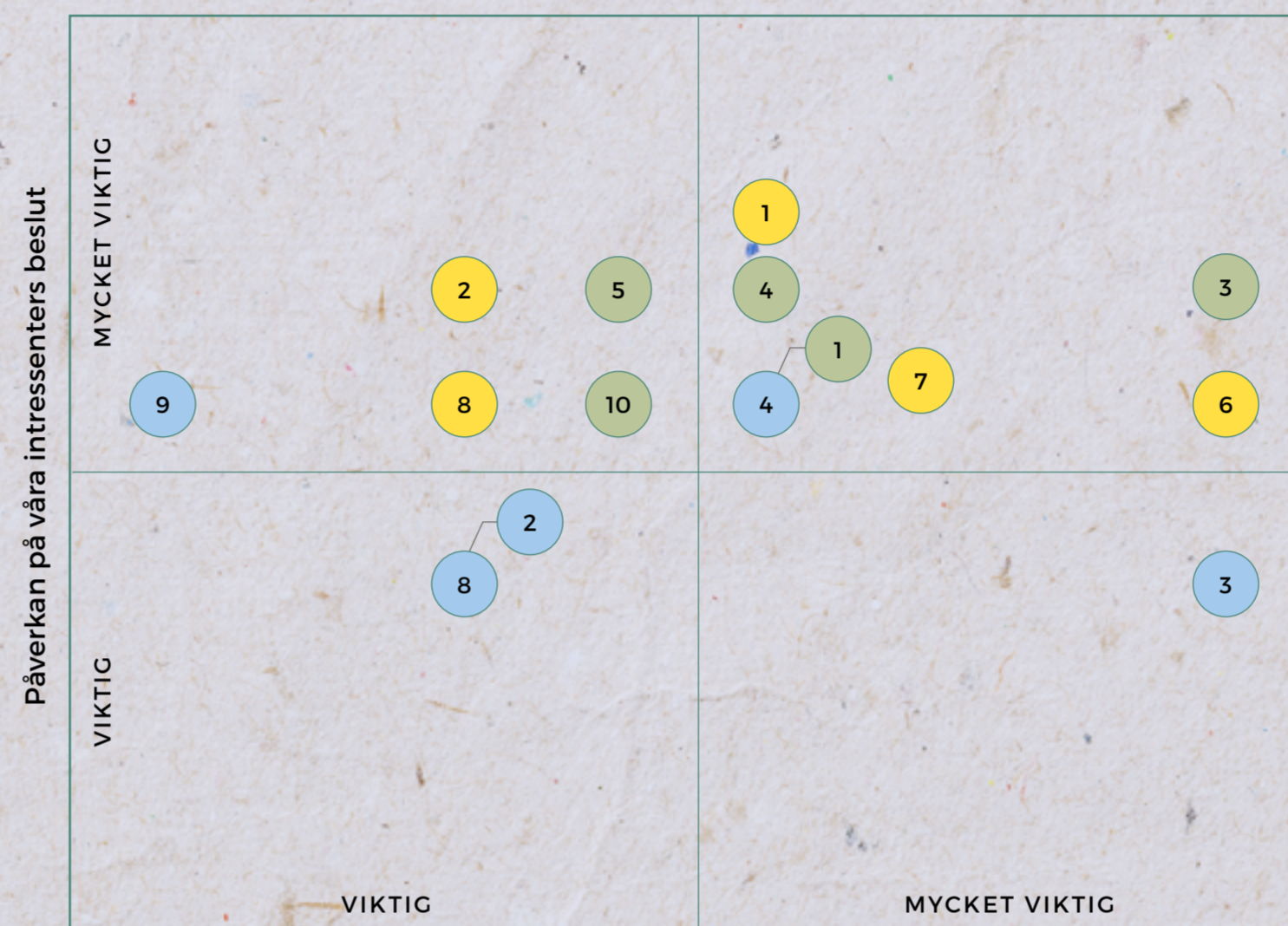
Hållbarhet har alltid varit integrerat i vår affärsidé och strategi men i utvecklingen av vår verksamhet vill vi inkludera våra intressenter för att säkerställa att vårt arbete är i linje med vad som anses vara betydelsefullt och i enlighet med rådande trender. Under 2020 genomförde GIAB därför en grundläggande väsentlighetsanalys för att identifiera vilka hållbarhetsområden som är särskilt viktiga för oss att arbeta med. Vi har definierat vår påverkan, arbetat med var vi gör störst skillnad, både positivt och negativt och vad hållbarhet betyder för oss. Analysen utgick från både interna och externa intressenter och resultatet av analysen har legat till grund för bolagets hållbarhetsstrategi och verksamhet.

INTRESSENTDIALOG

I arbetet med väsentlighetsanalysen genomfördes en intressentdialog med ett tjugotal viktiga intressenter, primärt företagskunder och medarbetare. Intervjuerna innehöll frågor om respondentens uppfattningar gällande GIAB:s nuvarande hållbarhetsarbete, utmaningar, styrkor, förbättringspotential och framgångsfaktorer. Svaren sammanställdes och kategoriserades för att ligga till grund för väsentlighetsanalysens enkät.

En lista på 21 ämnen sammanställdes med ämnen som ansågs ha betydelse för GIAB:s framtid samt fot- och handavtryck. Ämnena belyste hållbarhetens tre dimensioner: sociala, ekonomiska och ekologiska frågor. Listan togs fram av GIAB:s hållbarhetsavdelning och utgick ifrån definierade parametrar i GRI:s ramverk samt från ämnen som har uttrycks som prioriterade från intervjuade intressenter. Listan skickades ut i enkätformat till 171 intressenter (mottagarna var kunder, medarbetare, styrelse, ägare, lokala aktörer, myndigheter och organisationer) som fick välja ut 10 av 21 ämnen och rangordna dessa utifrån vilket de tyckte hade högst prioriteringsgrad för GIAB. 65 svar erhöles vilket är sammanställt i diagrammet intill.

VÄSENTLIGHETSANALYS



- Medarbetare
- Kund
- Samhälle

1. Hållbara investeringar
2. Hållbara transporter
3. Innovation i cirkulär logistik
4. Hög återanvändningsgrad
5. Universitetssamarbete och forskning
6. Hållbar tillväxt och minskat klimatavtryck
7. Synlighet i hållbarhetsdebatten på nationell nivå
8. Miljövänligt emballage
9. Källsortering och avfallshantering
10. Hållbar och ansvarsfull affärspraxis i leverantörskedjan

RESULTAT – Diagrammet ovan presenterar resultatet av vår väsentlighetsanalys.

Utifrån diagrammet är det tydligt att våra kunder anser att innovation i cirkulär logistik, hög återanvändningsgrad samt avfallshantering de viktigaste frågorna för GIAB att arbeta med.

Våra medarbetare anser att hållbara investeringar, att vi har en hållbar tillväxt och bibehåller minskat klimatavtryck samt att vi syns i hållbarhetsdebatten på nationell nivå är det vi ska prioritera.

Resultatet för gruppen samhälle vittnar om att hög återvinningsgrad, hållbara investeringar och innovation i cirkulär logistik är det som vi ska fokusera på.

INTRESSENER

GIAB kartlägger årligen vilka våra intressenter är. Ledningsgruppen identifierar även vilka som anses vara mest betydelsefulla. Under 2020 fastställdes det att kunder, medarbetare och ägare är GIAB:s mest betydelsefulla intressenter.

VÅRA INTRESSENER

- Företagskunder
- Konsumenter
- Lokala aktörer
- Bank
- Media
- Myndigheter
- Organisationer
- Universitet
- Ägare
- Styrelse
- Medarbetare
- Leverantörer
- Potentiella medarbetare
- Potentiella kunder

2.7 Strategi och mål

Utifrån intressent- och väsentlighetsanalysen drivs GIAB:s hållbarhetsarbete och verksamhet inom tre områden: kund, medarbetare och samhälle. För varje område finns det en strategi, mål och aktiviteter för att nå målen. Respektive område presenteras mer i detalj i kapitel 3-5.

GIAB ska optimera sina tjänster med kvalité, tidseffektivitet, hållbarhetsprestanda och lönsamhetsnivå för att kunna skala upp marknadens förmåga att återbruka produkter.

Kund

VÅRT MÅL:

Att vara den självklara  terbrukarpartnern f r stora såväl som små verksamheter och att våra kunder fortsätter efterfråga våra t nster.

DETTA UPPNÅR VI GENOM ATT:

Tillsammans med våra kunder ta ansvar för att motverka resurs-slöseri samtidigt som vi skapar en hållbar tillväxt.

Medarbetare

VÅRT MÅL:

Att besitta den bästa kompetensen och den mest eftertraktade arbetskraften inom GIAB:s marknadsområde.

DETTA UPPNÅR VI GENOM ATT:

Erbjuda en attraktiv, hållbar och kompetensstyrd arbetsplats som attraherar nya medarbetare och där våra medarbetare f r förutsättningarna att växa och utvecklas tillsammans med GIAB:s verksamhet.

Samhälle

VÅRT MÅL:

Att återbruka så mycket produkter och material som möjligt på ett så effektivt sätt som möjligt (tidsmässigt, hållbarhetsmässigt och ekonomiskt).

DETTA UPPNÅR VI GENOM ATT:

Vara den ledande experten på återbruk i alla dess former för att främja och påskynda utvecklingen av det cirkulära samh lssystemet.

De globala målen

Vi arbetar målstyrt med vårt hållbarhetsarbete och eftersom våra verksamhetsmål har utgångspunkt i de globala målen har de stor betydelse för verksamheten. Sedan 2017 har GIAB inkorporerat de globala målen i verksamheten. På nästa sida har vi valt ut sex stycken av de 17 mål där vi gör mest skillnad. Under 2020 utgår vi från ett urval av de 169 delmål i framtagandet av verksamhetsmål istället för något av de 17 målen.



Sex av 17 utvalda hållbarhetsmål



* Fas 1 innebär ett IT-system där Repair managementsystem (teknikervyn) samt Return room managementsystem (returhantering) är färdigställd till den nivå så att det kan praktiskt testas som prototyp.
 ** Mäts på omsättning från föregående år.

3. Kunder



Tillsammans med våra kunder tar vi ansvar för att motverka resursslöseri samtidigt som vi skapar en hållbar tillväxt.

KUNDER

DETTA UPPNÅR VI GENOM ATT:

tillsammans med våra kunder ta ansvar för att motverka resursslöseri samtidigt som vi skapa en hållbar tillväxt.

GIAB ska optimera sina tjänster med kvalité, tidseffektivitet, hållbarhetsprestanda och lönsamhetsnivå för att kunna skala upp marknadens förmåga att återbruka produkter.

FÖR VÅRA KUNDER INNEBÄR DET ATT VI...

- Prioriterar att proaktivt utvecklar våra system och metoder för att möjliggöra att våra partnerskap resulterar i lönsamt återbruk
- Fokuserar på att lösa våra kunders problem genom att utveckla effektiva lösningar, proaktiva metoder och ett tjänsteerbjudande i framkant
- Agerar som spindeln i nätet och bibehåller samt utökar våra partnerskap och detekterar värdefulla krossfunktionella symbioser
- Angriper våra kunders utmaningar med ett helhetsperspektiv där vi anpassar oss efter kundens behov och förutsättningar

HANTERING

- Kontinuerligt utveckla befintliga samt nya system och metoder för att möjliggöra så lönsamt och effektivt återbruk som möjligt
- Satsa på våra digitaliseringstjänster som ska möjliggöra konkurrenskraftig returlogistik
- Fortsätter innovationsarbetet med att utveckla system som gör att våra kunder skalar upp sin recirkuleringspotential
- Reducera våra hanteringstider med målet att överträffa kundens förväntningar
- Ta fram nya metoder på innovativa sätt att återbruka produkter
- Fortsätta utforma GIAB:s system för effektiva transporter och optimerad returlogistik
- Vi nyttjar vårt nätverk och introducerar våra kunder till gynnsamma samarbeten när möjlighet påvisas
- Vi är flexibla och anpassningsbara till våra kunders storlek, produktutbud, problematik och förmåga.
- Vi beaktar våra kunders kunders behov, nöjdhet och efterfråga

VÅRT MÅL:

att vara den självklara återbrukarpartnern för stora såväl som små verksamheter och att våra kunder fortsätter efterfråga våra tjänster.

3.1 Vilka är våra kunder?

Våra kunder kommer från en rad olika branscher, men med en sak gemensamt: de vill implementera cirkulär ekonomi i sin affärsmodell. Bortsett från den gemensamma nämnaren har vi en väldigt spridd kundstock. I begynnelsen av GIAB utgjordes vår kundkrets mestadels av försäkringsbolag där vi samlade in, lagade och sålde produkter från försäkringsärenden men idag är kundstocken betydligt bredare än så. Vi har också många kunder från transport- och logistikbranschen där vi tar hand om produkter som blivit bortglömda på lagret, skadade vid transport eller felbeställningar. Idag har vi även e-handelsbolag som kunder där vårt samarbete fokuserar på returlogistik genom att recirkulera returnerade och reklamerade e-handelsprodukter. Våra B2B samarbeten innefattar en rad olika branschöverskridande verksamheter både inom tjänstesektorn och producerande bolag som väljer att köpa våra återbrukade mobiltelefoner och IT-produkter samt lämna gamla uttjänta produkter till oss för dataradering och vidare försäljning. Kundkretsen inom vårt affärsområde för hållbar rådgivning består likaså av en bred mångfald.



NUTIDSSPANING:**VAD EFTERFRÅGAR VÅRA KUNDER IDAG?**

Under årens gång har våra tjänster utvecklats utefter våra kunders efterfrågan, nya affärsidéer och innovationer. Genom olika branschatsningar har GIAB sedan start identifierat kunders och potentiella kunders behov av våra tjänster vilket vi än idag fortsätter att göra för att utöka vårt branschöverskridande arbete. Det senaste året har GIAB satsat särskilt på att förfina tjänsten Hållbar returhantering. Detta har lett till ökat intresse för våra tjänster inom Re:Commerce har under detta år fått stort intresse i och med att e-handelns utbredning växer. Vi upplever stor efterfrågan på vår returhanteringstjänst, där vi levererar en helhetslösning för att ta hand om logistik, mottagande och vidare försäljning av returer, reklamationer och garantiärenden som skickas tillbaka från slutkonsument. Anledningen är att bolagen vill satsa och utveckla sin kärnverksamhet och låta oss göra det vi är experter på, det vill säga att hitta nya metoder för att reparera och förlänga livet på produkter.

Vi har även stor efterfrågan på våra tjänster som möjliggör produkters spårbarhet. Anledningen är att spårbarhet är en viktig faktor för att kunna avgöra hur cirkulär en produkt är, det vill säga hur många cykler produkten klarar av. Våra kunder efterfrågar även data för att estimerar potentialen för hur cirkulär en produkt är genom att ta reda på hur data ska samlas in, hur den ska struktureras och homogeniseras för att på så vis komma fram till slutsatser.

” Våra kunder efterfrågar vår förmåga att ta hållbarhetsarbetet från teori till praktik, och vi kan göra mest nytta genom att implementera andra verksamheters ”hands-on” arbete med hjälp av vår cirkulära plattform som levererar skräddarsydda lösningar för alla verksamheter, stora som små. På så sätt frigörs tid för våra kunder som möjliggör att större fokus kan läggas på deras main business, vad de är bäst på samt bygga sitt varumärke.

Daniel Hylén, Försäljningschef B2B

Daniel Hylén, Försäljningschef B2B och
Petro Häfstrand, Produktionschef.

FRAMTIDSSPANING:**VAD EFTERFRÅGAR VÅRA KUNDER ÅR 2030?**

Utifrån vår framtidsspaning kommer våra kunder att fortsätta efterfråga lösningar för att implementera cirkulär ekonomi. Dock inte på samma sätt som idag, tjänsterna kommer att anpassas utefter framtidens verklighet. Faktum kvarstår att ingen kan arbeta med cirkulär ekonomi ensam, eftersom konceptet bygger på samarbeten och symbioser mellan flera olika branscher. År 2030 kommer GIAB att bistå med fler tjänster inom vår cirkulära plattform och det GIAB-system vi har utvecklat genom åren. Stort fokus kommer att vara på att mäta hållbarhet genom data och implementera resultatet av den insamlingen i praktiken.

Förutsättningarna för den cirkulära ekonomin kommer förhoppningsvis ha utvecklats så att prylarna som produceras designas utifrån ett långsiktigt cirkulärt perspektiv som möjliggör att de håller i flera livscyklar. Givet det scenario så kommer det att behövas koordinering av in- och utflöden, reparation, restaurering och framför allt tjänster för spårbarhet. Därför tror vi att våra kunder kommer att efterfråga system för detta, som då är designat utifrån produkters mångfaldiga livscyklar. Utefter det kommer vi att utveckla vår förmåga att vara ”spindeln-i-nätet” som länkar ihop lämpliga verksamheter, branscher och aktörer för att skapa resurseffektiva symbioser. En av våra visioner är att våra olika affärsområden sammanflätas flera av våra kunder inom olika branscher och sektorer där vi verkar som ett nav och levererar olika synergier mellan branscher, tillverkningsprocesser, logistiklösningar genom återbruk.

**KUNDNÖJDHET**

82%

NÖJDA OCH MYCKET NÖJDA
FÖRSÄKRINGSTAGARE

 Trustpilot



4,5 TRUSTPILOT
STJÄRNOR FÖR GIAB OCH
RETURHUSET



MYCKET NÖJDA
KUNDER I RETURHUSET
ENLIGT TRUSTPILOT

3.2 Kundberättelser och kundrelationer

GIAB:S ENTREPRENÖRIELLA INNOVATION + FOLKSAMS AMBITIÖSA MUSKLER = CIRKULÄR SKADESERVICE

Folksam är ett av Sveriges största försäkringsbolag med nästan 4 000 anställda och 2,4 miljoner privatkunder. Bolagets hållbarhetsarbete genomsyras av en outtröttlig vilja att driva på och påverka processer för att uppnå målen i Agenda 2030 och Parisavtalet. Internt satsas det stenhårt på att få lönsamhet i det hållbara, att mäta klimatdata, skapa långsiktighet genom att sätta tuffa hållbarhetsmål, integrera hållbarhetsaspekter i sin affärsutveckling och strategier. Samarbetet mellan GIAB och Folksam har pågått sedan 2015 och har varit väldigt viktigt under GIAB:s resa.

Karin Stenmar var med från början och återberättar samarbetets början så här:

– Det började med att Folksam blev kontaktade av GIAB som berättade om sin cirkulära lösning för sakskaderegleringsaffären som då inte existerade. Folksam har en tradition sedan länge att jobba bort företeelser som är skadligt från sina processer, så som linjära flöden vid sakförsäkringsärenden. Men vi saknade en process för hur skaderegleringen av söndriga konsumentprylar skulle hanteras. Att hitta cirkulära cykler har inte varit Folksams starka sida just för att det har varit för låga värden och därför saknade vi en effektiv hanteringsprocess för att kunna recirkulera produkter. När vi hade den första dialogen med GIAB såg vi så många samarbetsmöjligheter där vi tillsammans kunde ta vårt ansvar för att motverka slit-och-släng och göra ett reellt avtryck på Sveriges resursslöseri i stor skala givet vår storlek i kombination med GIAB:s innovativa lösning för en cirkulär skadeservice. Och det var startskottet för vårt samarbete!

Nu några år senare, hur ser samarbetet ut?

– GIAB har växt så mycket de senaste åren och vi på Folksam är stolta över att vi tillsammans har lyckats bryta ny mark och förändrat långvariga linjära branschstandarder till mer cirkulära. Idag ser vi samarbetets hävstångseffekt där vi har möjlighet att effektivisera och skala upp de processerna som vi har utformat sedan samarbetets början, vilket är exakt det hållbarhetsarbete handlar om. Genomförbarheten i det inno-



” Vi måste minimera slit-och-släng och bygga värde i det man har, och jag tror att vi verkligen är på väg mot en annan medvetenhet kring produkters värden vilket kommer fortsätta revolutionera marknaden för cirkulära lösningar så som GIAB:s”

Karin Stenmar
Hållbarhetschef, Folksam

vativa och entreprenöriella GIAB är något som ett stort försäkringsbolag har svårare att utveckla, men i samarbete tillsammans blir det en win-win situation vilket jag tycker är himla häftigt att se.

Vilket värde skulle du säga att vårt samarbete ger er som bolag?

– Jag skulle säga att det har gett oss ett väldigt konkret sätt att jobba med nya mätetal inom hållbar skadereglering. Vilket innebär att vi har fått mer kunskap och insikt i vad återbruk resulterar i för klimatnytta till skillnad från att kunden får en kontantbetalning för att köpa en ny telefon. Det har också gjort att kunden får reda på just detta och på så sätt har vi kunnat medvetengöra att det finns ett ansvar och en påverkansmöjlighet i det sätt som vi hanterar försäkringsskador. GIAB:s kundundersökningar till försäkringstagare har också gett oss inblick i att hållbarhetsperspektivet är något som privatpersoner verkligen ser som ett mervärde och uppskattar.

Vad har varit det viktigaste i samarbetet mellan Folksam och GIAB?

– Det har varit vår enade förmåga att utveckla innovativa och hållbara sätt att arbeta med sakförsäkringar. Samt att vi har tagit tillvara på förändringsmöjligheterna som har gjort att vi faktiskt har kunnat sätta nya standarder för en hel bransch. På så sätt har vi förändrat invanda mönster och beteenden som har funnits i flera år tillbaka och som osat linjärt slit-och-släng. Våra kunder är det viktigaste vi har, och om vi kan hitta bättre processer som gynnar våra kunder vill vi tveklöst satsa på dessa.

Vad skulle du säga har varit framgångsfaktorerna i det arbetet vi har åstadkommit tillsammans?

– Jag tror att en tydligare kontroll av produktflödena är en framgångsfaktor som vi har lyckas åstadkomma genom mätbarhet och transparens. För Folksams del har vi alltid eftersträvat en rättvis och resurseffektiv skadereglering och om vi inte vet vad vi har för skada att hantera så blir regleringsprocessen väldigt svår. Med hjälp av GIAB:s kontinuerliga återrapportering innehållande KPI:er för hållbarhet, klimatdata (CO₂-besparing), avfallsbesparing, kundnytta och finansiell data så har vi tagit kontroll över vår skaderegleringsprocess och produkternas recirkuleringspotential, i just detta flöde.

Karin har varit hållbarhetschef på Folksam sedan 2016 och definierar hållbarhet som en oerhört viktig prioriteringsfråga för Folksam. Den interna uppfattningen är att hållbarhet är grundläggande för att ha en lönsam affär på lång sikt. Genom satsningar på hållbarhet engagerar Folksam sina medarbetare och attraherar nya medarbetare, de vinner upphandlingar givet sitt hållbarhetsfokus, kundnöjdheten blir högre och gynnar bolaget i fackliga affärer vilket påvisar att hållbarhetsarbetet är viktigt utifrån väldigt många aspekter.

– Jag tycker det är så häftigt att se att hållbarhetsfrågorna som vi har jobbat med nu har fått fäste, att fröna vi började så tidigt nu har blivit stabila träd. Men icke att förglömma är att träden måste vattnas kontinuerligt.

Hur ser din framtidsspaning ut Karin, hur tror du år 2030 kommer att se ut?

– 2030 då har vi implementerat de nya modellerna och incitamentmodellerna för cirkulär ekonomi och netto-noll-utsläpp. Vi kommer då ha landat i nya sätt att hantera alla gamla linjära strukturer genom att det har blivit lättare och billigare att göra rätt. Och när jag säger rätt innebär det att samtliga tar sitt ansvar för miljö och klimat, med schyssta arbetsvillkor i alla led. Näringslivet kommer att driva på utvecklingen av hållbara produkter och tjänster, och vi medmänniskor ser att vi inte bara har rättigheter utan också skyldigheter.

Vad är viktigt att fler bolag börjar med nu för att det ska bli möjligt år 2030?

– Jag tycker att mycket handlar om att integrera hållbarhet i den finansiella rapporteringen. Om man börjar med det så kan helt andra yrkeskategorier få upp ögonen för hållbarhet. Det är också avgörande att bolag gör en väsentlighetsanalys, att låta VD:n vara talespersonen för hållbarhet och att utbilda ledning och styrelser. Jag skulle också säga att lägga mer fokus på smarta lösningar och skryt om allt bra som pågår. Kunder och ägare vill veta att de är med och bidrar till en hållbar utveckling.



Vad är ditt tips till andra företag?

– Grundläggande två saker: ha bra på fötterna och lägg tid på kommunikationen. Vill företag vara lönsamma i framtiden så ska man välja ut det som är väsentligt och jobba stenhårt med det, inom alla delar av organisationen. Man måste också våga vara transparent, och göra det intressant. För att kunderna ska känna att de gör ett hållbart val måste vi bli bättre på att förklara på vilket sätt valet bidrar till en hållbar utveckling. För att åstadkomma långsiktig förändring så måste hållbarhetsarbetet baseras på intern styrning och kopplas mer till förnuft än känsla. Men utan genuint engagemang, kunskap och intresse kommer det vara svårt att följa med i utvecklingen.

NYSTARTAT SAMARBETE MED STOR POTENTIAL; MIO SATSAR PÅ GIAB:S TJÄNST RE:COMMERCE

Med nära 60 års erfarenhet, 72 fysiska butiker i Sverige och egen e-handel är Mio en rutinerad möbelförsäljare på den svenska marknaden. Företagskulturen har sedan start varit en stark prioritering och präglas än idag av en passion och kärlek för sina kunder, produkter och kollegor. Mio brinner för att förgylla kundernas liv hemma med riktiga möbler och prisvärd kvalitet. Mio vill vara det spännande alternativet som inspirerar kunderna att förnya sina hem.

GIAB och Mio har haft ett samarbete sedan våren 2020, Annelie Larsson är hållbarhetsansvarig på Mio och beskriver anledningen till samarbetet som följande:

– En stor del i vår strategi är att ha kvalitativa produkter, där livslängd och kvalitet är två väldigt viktiga ståndpunkter. Trots det, får vi olika defekter på våra produkter och då vill vi inte sälja produkterna. Samtidigt vet vi att produkterna fortfarande har en funktion. Tidigare har vi inte haft någon systematik i vår hantering, vilket det gör i GIAB:s lösning. Initialt började samarbetet med att göra en pilot, där Mio skickade produkter till GIAB som av olika anledningar inte skulle tillhöra Mios sortiment längre. Resultatet föll ut väldigt bra och i stort sett allting blev sålt och våra produkter fick ett förlängt liv.

Så GIAB:s metod för återbruk var en av anledningarna till att samarbetet initierades, vad har varit det viktigaste i vårt samarbete sedan vi startade?

– Enkelheten i GIAB:s affärsmodell är en väldigt viktig aspekt i vårt samarbete. Vi samlar ihop produkterna, ni hämtar produkterna hos oss, ni säljer dem och vi delar på vinsten. Det var verkligen så enkelt som GIAB påstod att tjänsten skulle vara och resultatet blir win-win-win, för oss, för GIAB och för klimatet. Det är inga stora pengar det handlar om, men ohejdat det så påvisar den hållbarhetsrapport som ni skickar ut varje månad att alla delar av hållbarhet har betydelse, vilket ger ett klockrent mervärde. På så sätt kan vi visa vad vi har sparat, inte bara i monetära termer utan i även i avfall- och koldioxidbesparingar.



”**Var stolt över det du gör som är bra och tala om det. För då inspirerar man andra, ger energi till andra att testa något nytt. För i slutändan är det, det vi faktiskt gör som spelar roll.**”

Annelie Larsson
Hållbarhetsansvarig, MIO möbler



Hur har vårt samarbete mottagits av era medarbetare?

– Samarbetet har välkomnats otroligt positivt bland våra medarbetare som har kommit med många nya idéer och fött nya initiativ. Att arbeta med hållbarhet måste innebära att ett företag arbetar med många olika delar, och att påvisa ett så konkret hållbarhetsarbete som detta har ökat medarbetarnas stolthetsfaktor eftersom vi förstärker vår efterlevnad av vårt motto, att vara det goda företaget.

Vad är viktigt för er som bolag att fokusera på under det kommande året?

– Givetvis kommer vi lägga fokus på hur vi ska hantera Amazons intåg i Sverige och medföljande konkurrens. Vi vill lägga stort fokus på att få konsumenterna medvetna om vad det innebär att köpa en produkt på Mio, till skillnad från andra aktörer och då främst de e-handelsplattformar som idag inte alls omfattas av de legala produktsäkerhetskrav som bolag som Mio berörs av. Vi måste bli bättre på att berätta och kommunicera vårt mervärde till kunder och fortsätta inspirera människor till att vara stolta över sina hem.

Vad tror du kommer vara viktigt för er som möbelförsäljare år 2030?

– Mio kan möbler och inredning och jag tror att det kommer att vara viktigt med kompetens kring möbels funktion och hur till exempel livslängden på olika möbler kan förlängas. Att vara en del av den hållbara konsumtionen tror jag är otroligt viktigt för oss som bolag. Sedan Mios start har vi alltid byggt in kunskap i vår affärsidé vilket vi gör genom att bland annat skicka våra medarbetare på utbildningar där de får lära sig om produkters funktioner och sälja funktionen god sömn istället för att bara sälja produkten säng. 2030 kommer vi ha ännu fler tjänster som har med kunskapen om våra produkters funktion, vilket kommer att vara en allt viktigare resultatpost. Det vill jag tro i alla fall.

Tack Annelie, har du ett avslutande tips till omvärlden utifrån det du kan och har lärt dig de senaste åren?

– Var stolt över det du gör som är bra och tala om det. För då inspirerar man andra, ger energi till andra att testa något nytt. För i slutändan är det, det vi faktiskt gör som spelar roll.

SCHÖÖNS MÅLERI UTMANAR - VILL ÖKA INNOVATIONSHÖJDEN I BRANSCHEN MED HJÄLP AV GIAB CONSULTING

Schööns Måleri är ett Malmöbaserat familjeföretag som startades av August Martin Schön 1918 och drivs idag av fjärde generationen Victor Schön. Företaget har alltid haft en stark tilltro till att utföra måleritjänster med hög kvalitet vilket också definieras som en av bolagets framgångsfaktor. Den interna uppfattningen är att kvalitet genererar långsiktighet, leveranssäkerhet och återkommande kunder. Sedan 2019 har bolagets hållbarhetsfokus eskalerat i takt med att samarbetet med GIAB har fördjupats. Det som först började med att Schööns Måleri köpte återbrukade mobiler och IT-produkter av GIAB har utvecklats till ett verksamhetsöverskridande hållbarhetsarbete med målsättningen att revolutionera måleribranschen.

Victor Schön är VD på Schööns Måleri och har länge haft ett intresse för miljö- och hållbarhetsfrågor. Vad var det som gjorde att ni ville ingå i ett samarbete med GIAB?

– Vi har en stark tro på ständig utveckling och att alltid sträva efter att förbättras. Hur vi som målerifirma kan jobba med hållbarhet har varit något som är högst aktuellt givet det rådande klimatscenario i världen vilket GIAB kunde hjälpa oss med att strukturera. Vi vill fokusera på det vi är bäst på, det vill säga att leverera högkvalitativa och vackra ytor till våra kunder och med GIAB:s hållbarhetsexpertis kan vi fortsätta göra det samtidigt som vi får stöd med att integrera hållbarhet i vår kärnverksamhet. Extra kul blir det när samarbeten kan fördjupas så som det har gjort sedan 2019 och att vi dessutom fortsätter att pin-pointa potentiella samarbetsmöjligheter framöver.

Hur menar du att samarbetet har fördjupats sedan 2019?

– Först innebar vårt samarbete att GIAB levererade återbrukade mobiltelefoner till oss via er tjänst Hållbar IT vilket var ett hållbarhetstänk som vi ville spinna vidare på. GIAB Consulting blev då inkopplade och vi påbörjade då en dialog om hur Schööns Måleri kunde anamma och integrera det cirkulära perspektivet ytterligare i sin verksamhet. GIAB genomförde en screening av vår verksamhet för att identifiera hur vi skulle minska verksamhetens ekologiska fotavtryck och tog fram en åtgärdsplan. I samband med detta tipsade GIAB om Vinnovas pågående utlysning för innovationsprojekt i små- och medelstora företag vilket



” Vi har en stark tro på ständig utveckling och att alltid sträva efter att förbättras. Hur vi som målerifirma kan jobba med hållbarhet har varit något som är högst aktuellt givet det rådande klimatscenario i världen vilket GIAB kunde hjälpa oss med att strukturera.”

Victor Schön
VD, Schööns Måleri

var startskottet för projektet Framtidens Måleri och idén om att utforma en klimatneutral måleritjänst. Sedan vi fick beviljat Vinnova-stöd i början av 2020 så har vi tillsammans arbetat med att beräkna vad en måleritjänst har för klimatpåverkan per kvadratmeter, hur vi kan reducera vår klimatpåverkan samt utformat en ny klimatneutral måleritjänst för nyproduktionsprojekt.

Vilket värde skulle du säga att vårt samarbete har gett er som företag?

– Den feedback, tips och de förslag på utvecklingsarbete som GIAB har gett oss har varit helt ovärderliga. Mycket av det vi har gjort det senaste året har varit utifrån de förslagen som ni har gett oss. Samarbetet har också resulterat i en större medvetenhet bland våra målare och de är mer motiverade för förändring eftersom de är införstådda i varför hållbarhet är viktigt att jobba med. Det skulle jag säga ger ett mervärde för alla inom bolaget, även vi som arbetsgivare eftersom det påvisar värderingar som medarbetarna kan vara stolta över.

Nu när ni har börjat bli varma i kläderna, vad är ert fokus framöver?

– Vi vill fortsätta arbeta med återbruk, smart resursfördelning, spillhantering och kompetensutveckling bland medarbetarna. Utifrån de klimatberäkningarna som vi har gjort under årets gång vill vi fortsätta mäta data och göra konkreta actions utifrån det vi kan utläsa från resultatet. Detta ser vi otroliga konkurrensfördelar i vilket gör att vi förhoppningsvis kommer att finnas kvar på marknaden i minst 100 år till.

Vad skulle du säga är lämpligt för verksamheter som är i uppstart av sitt hållbarhetsarbete att börja fokusera på?

– Om ett företag ska börja med något så är det att analysera sitt avfallsflöde och identifiera möjliga åtgärder där, det är en väldigt enkel och resultatrik åtgärd. Jag tycker också att företag borde involvera sina leverantörer för att hållbarhetsarbetet ska få en större genomslagskraft. Jag tror också mycket ligger i att ge rätt förutsättningar för sina medarbetare att göra hållbara förändringar vilket ger en ökad motivation och strategisk långsiktighet.

Samarbetet med Schööns Måleri fortskrider även under 2021 med målsättningen att ställa om hela verksamheten till att bli klimatneutral.

CIRKULÄRA HÖGTALARE FRÅN AUDIO PRO - JA TACK!

Audio Pro är ett Helsingborgsbaserat bolag med internationell spridning i 55 länder och jobbar med den globala marknaden för högtalare. Bolaget har starka ledord gällande trovärdighet, långsiktighet och resurseffektivitet och arbetar för att integrera hållbarhet i sin affärsidé genom att reducera sin klimatpåverkan, designa produkter som har en lång livslängd och göra så miljövänliga materialval som möjligt i så stor utsträckning det går. Kundperspektivet är A och O vilket återspeglas i Audio Pro:s gedigna arbete med att skapa en lojal kundkrets genom att sälja högkvalitativa produkter och skapa en långsiktig trovärdighet.

Samarbetet mellan GIAB och Audio Pro startades under våren 2020 på initiativ från Audio Pro:s grundare och delägare Jens Henriksen. Berätta Jens, hur började samarbetet med GIAB?

– Sedan vi tog över Audio Pro för några år sedan har det stått en massa högtalare på vårt lager som har haft små defekter, de har fortfarande fungerat men har av olika anledningar skickats tillbaka till oss. I våras 2020, bestämde vi oss för att göra något med högtalarna och tillsammans med några konstnärer på Helsingborgs konsthall så anordnade vi en välgörenhetsauktion där 15 högtalare blev pimpade av konstnärerna och bortauktionerade till högsbudand. En av konstnärerna tipsade om GIAB vilket föranledde att jag slog er en signal. GIAB:s enkelhet och praktiska genomförbarhet tilltalade mig och vårt samarbete var igång mer eller mindre på en vecka.

Vad innebär samarbetet med GIAB rent praktiskt?

– Högtalare som skickas i retur av våra kunder, som har transportskadade förpackningar eller som har använts ett tag men som av någon anledning skickas tillbaka till oss vidare skickas vi till GIAB och Returhuset istället för att lagerförvara dem hos oss. Istället för att vi ska syssla med en egen outlet av dessa prylar överläter vi det arbetet till GIAB istället. På så sätt kan vi fokusera på andra delar av vår verksamhet. Väl hos GIAB så sköter ni hela försäljningen och transporter till slutkunden. Vi har också beslutat oss för att expandera samarbetet och testa ytterligare ett uppbygg som innebär att vi även skickar reklamerade högtalare till er i Staffanstorp. GIAB:s tekniker inventerar och reparerar högtalarna med hjälp av reservdelar från oss. Och på så sätt får även defekta högtalare en ny chans till ett längre liv.



” Vi ser GIAB som en partner som avkomplicerar hur vi kan arbeta med hållbarhet och cirkulär ekonomi och som kan påvisa hur man kan jobba praktiskt med dessa frågor.”

Jens Henriksen
Grundare och delägare, Audio Pro

Vad gjorde att ni ville ingå i ett samarbete med GIAB?

– Först och främst gillade jag det jag läste om er på er hemsida. Efter att jag hade träffat er gillade jag även era rutiner, det vill säga hur era tjänster är utformade och enkelheten som genomsyrade samarbetsupplägget och såklart hur ni förenar lönsamhet med hållbarhet i er affärsidé. Det är helt enkelt en bra affär för samtliga, både hållbarhetsmässigt och ekonomiskt. Och slutligen gillade vi på Audio Pro hur ni presenterar era produkter i era säljkanaler, det var verkligen i enighet med hur vi vill bli exponerade.

Vad skulle du säga har varit framgångsfaktorerna i det arbetet vi har åstadkommit tillsammans?

– För vår del har det varit att vi tillsammans har gjort hållbarhet och cirkulär ekonomi okomplicerat och att vi kan påvisa direkt effekt och nytta av de praktiska metoderna vi tillsammans har implementerat genom den klimat- och avfallsdata ni levererar till oss varje månad.

Vad är ditt tips till omvärlden?

– Lev som du lär och gör det du säger att du ska göra. Det är lätt att ha principer, men det är jätkligt svårt att leva efter dem.



BABYSHOP AVANCERAR SITT HÅLLBARHETSARBETE MED HJÄLP AV GIAB:S RETURHANTERING

Babyshop är Sveriges ledande nätbutik för exklusiva varumärken inom barnmode och har funnits sedan 2006. Kundfokus, kvalitet och lättillgänglighet är starka ledord för bolaget och arbetar utifrån kundens behov. Hållbarhet är också ett starkt ledord för Babyshop som har implementerat hållbarhetsfokus i alla delar av företaget som är kopplade till de globala målen.

Erica Johansson är Safety & Quality Manager på Babyshop och ansvarig för företagets hållbarhetsarbete. Vad skulle du säga är mervärdet med ett ökat hållbarhetsfokus för er som bolag?

– Det ger oss möjligheten att influera våra kunder att göra mer hållbara val, men också inspirera våra leverantörer av externa varumärken att också arbeta mer med dessa frågor. Vi är en spindel i nätet och kan bidra till förändring i båda led samtidigt som vi utvecklar hållbarhetsarbetet inom vår egen verksamhet. Eftersom största delen av våra produkter används av eller till våra kommande generationer så har vi ett ansvar att vara med och skapa en mer hållbar framtid. Detta arbetar vi praktiskt med genom att sätta upp en strategi som tar sin form i årliga projekt, både kortsiktiga och långsiktiga mål liksom mindre och större projekt.

Ericas kollega Ylva Broström är Key Account Manager och var med i uppstarten av samarbetet med GIAB, berätta hur började samarbetet med GIAB?

– Jag har sedan ett tag tillbaka haft hand om våra returer och reklamationer och hanteringen av dessa har varken varit effektivt eller hållbart. Tidigare har reklamationer skänkts till välgörenhet och vi har ordnat ett outletevent två gånger om året. Problemet har varit att produkterna tar mycket lager i anspråk och att vi inte har haft tiden att hinna gå igenom alla reklamationerna. Så när GIAB av en händelse hörde av sig och beskrev sin helhetslösning för hur de kunde sköta vår returhantering på ett strukturerat, effektivt och hållbart sätt så kändes det självklart att testa.

Vad innebär samarbetet praktiskt idag?

– I och med GIAB:s tjänst inom Re:Commerce så har vi utformat en rutin tillsammans, där GIAB kommer och hämtar alla reklamationens ärenden en gång i månaden. Varje månad får vi en hållbarhetsrapport



” I och med GIAB:s och Babyshops samarbete kan nu fler produkter omfattas av en lång livslängd samtidigt som det har frigjort tid för medarbetarna på Babyshop att fokusera på företagets core business.”

Ylva Broström
Key Account Manager, Babyshop

som beskriver vad som har sålts och vad det har genererat i koldioxid- och avfallsbesparingar. Perfekt att visa vid våra interna månadsmöten för att uppdatera alla medarbetare och som underlag till att påvisa vad vårt strategiska hållbarhetsarbete resulterar i.

Babyshop har alltid strävat efter att ha så långlivade produkter som möjligt vilket samarbetet med GIAB har förstärkt, enligt Ylva. I och med GIAB:s och Babyshops samarbete kan nu fler produkter omfattas av en lång livslängd samtidigt som det har frigjort tid för medarbetarna på Babyshop att fokusera på företagets core business.

– Produkterna får ett nytt hem och det blir en win win win för alla, avslutar Ylva

Vad vill ni att er omvärld ska uppmärksamma mer framöver?

– Det klassiska ”ingen kan göra allt, men alla kan göra något”. I hållbarhetsarbetet kommer resultaten först när man arbetar tillsammans, detta kan så klart appliceras inom bolaget men även spridas vidare till hela leverantörskedjan och till slut kan det leda till något ännu större och bättre!



3.3 Ansvarsfull rådgivning

GIAB har utfört olika konsultuppdrag sedan 2015 vilket tidigare har grundat sig på att verksamheter efterfrågade rådgivning gällande praktiskt hållbarhetsarbete och implementerandet av cirkulär ekonomi. Efterfrågan på GIAB:s rådgivning har med åren ökat och våren 2019 togs beslutet att starta ett nytt affärsområde; GIAB Consulting. I augusti samma år började GIAB:s första heltidsanställda konsulter Emma Nilsson och Hanna Bengtsson. Sedan dess har vi stöttat en rad verksamheter, stora som små inom flera viktiga områden.

Värdet med GIAB:s hållbarhetsrådgivning

– Sedan GIAB Consultings start har vi strävat efter att vår rådgivning ska resultera i att våra kunder ska arbeta långsiktigt och lönsamt med cirkulär ekonomi – utifrån ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt perspektiv. Det övergripande och stora värdet med hållbarhetsrådgivning är att vi tillsammans med våra kunder minskar klimatpåverkan från företagsaktiviteter. Vi som jobbar med hållbarhetsrådgivning strävar efter att få våra kunder att ligga steget före och agera proaktivt i sitt strategiska arbete. Hållbarhetsrådgivning kan beklä sig i olika former och ge olika värden beroende på vem mottagaren är. En verksamhet som är i uppstart av sitt hållbarhetsarbete är värdet av rådgivningen exempelvis att introducera fakta och kunskap, bena upp en plan för hur hållbarhet ska integreras inom verksamheten, statuera mål och strategier samt hur medarbetarna ska engageras. För bolag som är långt framme i sitt arbete så kan värdet snarare vara att få nya synvinklar som de inte själva besitter.

Vad är unikt med GIAB:s hållbarhetsrådgivning?

– Vi har ett väldigt praktiskt förhållningssätt till den hållbarhetsrådgivningen vi ger. Vår rådgivning har många dimensioner. Vi besitter en gedigen teoretisk expertis kring hållbarhet och cirkulär ekonomi samtidigt som vi har erfarenheter och kunskap av det i praktiken. Med hjälp av teoretiskt underlag och vår plattform kan vi köra piloter, där våra kunder småskaligt kan testa ett upplägg för hur de kan återbruka en viss produktgrupp för att sedan utvärdera och i längden skala upp. Vår styrka ligger i vårt differentierade tjänsteerbjudande som endast är möjligt

Hanna Bengtsson & Emma Nilsson,
Hållbarhetskonsulter GIAB



med hjälp av vår kombination av affärsområden och helhetstänkt kring cirkulär ekonomi. På så vis sticker vi ut och kan ge ett fullskaligt helhetserbjudande till kunder som vill implementera cirkulär ekonomi i praktiken med ett gediget teoretiskt underlag.

Differentierad kundkrets

– Våra kunder kommer från en rad olika branscher men med en sak gemensamt: de vill inkludera hållbarhet i sin affär. Vår rådgivning beror helt och hållet på vad vår kund efterfrågar och i varje unikt rådgivningsprojekt kan vi koppla in lämpliga medarbetare från andra affärsområden inom GIAB för att få in fler infallsvinklar för att komma fram till ett så optimerat upplägg som möjligt. Tillsammans med våra kunders expertis så kan vi koordinera vår rådgivning så att vi nyttjar GIAB:s breda erfarenhet till varje specifikt samarbete. En viktig del i vår rådgivning är även att ständigt analysera möjligheterna för samarbetsfördjupningar i våra befintliga partnerskap för att varje kund ska kunna arbeta så hel- täckande med hållbarhetsfrågor och cirkuläreconomiska metoder.

4. Medarbetare



Vi ska erbjuda en attraktiv, hållbar och kompetensstyrd arbetsplats som attraherar nya medarbetare och där våra medarbetare får förutsättningar att växa och utvecklas tillsammans med GIAB:s verksamhet.

**MED-
ARBETARE**

**DETTA UPPNÅR VI
GENOM ATT:**

erbjuda en attraktiv, hållbar och kompetensstyrd arbetsplats som attraherar nya medarbetare och där våra medarbetare får förutsättningarna att växa och utvecklas tillsammans med GIAB:s verksamhet.

GIAB ska optimera sina tjänster med kvalité, tidseffektivitet, hållbarhetsprestanda och lönsamhetsnivå för att kunna skala upp marknadens förmåga att återbruka produkter.

FÖR MEDARBETARE INNEBÄR DET ATT VI...

- Ska tillhandahålla system och processer som genomskyras av effektivitet och innovation
- Tillhandahåller kompetensutveckling och främjar interna karriärflyttning
- Ska skapa en hälsosam arbetsplats med värderingsstyrd företagskultur
- Ska bedriva ett kundfokuserat ledarskap som driver förändring, delaktighet och medarbetarinitiativ

HANTERING

- Ska utforma vår plattform så att det blir en motor för att effektivisera arbetskraftstiden för att på så vi kunna optimera våra flöden
- Att vi ska ha en logistik tjänst där vi utvecklar infrastrukturen för att minska återvinningen på vårt lager och i våra transporter
- Erbjuda medarbetare grundutbildning inom cirkulär ekonomi samt fördjupad kunskapsinhämtning
- Kontinuerlig utvärdering av interna förbättringsmöjligheter
- Satsa på kontinuerlig och långsiktiga utbildningsprogram
- Uppmana ledare att pusha för att GIAB ska genomskyras av en lärande kultur
- Stärka interninformation och kommunikativa insatser för medarbetare och kunder
- Vi utvecklar vårt systematisk arbetsmiljöarbete och satsar på att skapa en hållbar arbetsplats
- Vi arbetar med uppföljning av våra tjänsters kvalité, kundupplevelser och kunddialog
- Ha frekventa kund dialoger, intressentanalyser och kundundersökningar
- Kontinuerligt utveckla och stärka ledarskapet för att skapa en hållbar arbetsplats med flexibilitet, lyhördhet, engagemang och förnyelse

VÅRT MÅL:

att besitta den bästa kompetensen och den mest eftertraktade arbetskraften inom GIAB:s marknadsområde.



” Jag jobbar med kundtjänst främst för att jag gillar att prata med människor. Jag tycker också om problemlösning, att hjälpa människor och känna att jag faktiskt har gjort skillnad för kunden. Många tänker nog inte på att mycket av varumärket för företaget ligger hos dem som jobbar i en kundtjänst. Vi är rösten utåt och vi når den stora massan. Därmed har vi stor påverkan att prägla varumärket och chans att påverka företagets anseende.”

Emma Sandell,
Kundtjänst

4.1 Medarbetarberättelser

EMMA SANDELL

Emma arbetar i GIAB:s kundtjänst. Där är hon tillgänglig och behjälplig för dem som söker hjälp hos GIAB. Det är främst till försäkringstagare och frågor kring processen i Mobilcirkeln men hon arbetar även som skadereglerare för olika försäkringsbolag där GIAB tar hand om hela processen från skadetillfälle till avslutat ärende. Emma brinner verkligen för sitt jobb. Hon tycker själv att det viktigaste i sitt arbete är att ge kunden ett proffsigt bemötande. Mycket handlar om små detaljer som ger en tydlighet i vad kunden ska förvänta sig av samtalet och bolaget. Med ett lugn och skarp tydlighet ger hon försäkringstagarna bäst möjliga service.

Varför sökte du dig till GIAB?

Det var kombinationen med att jobba med kundtjänst och bemötande på ett bra sätt tillsammans med meningsfullheten med att ha klimatfrågan med sig som lockade mig till GIAB. Jag har aktivt sökt efter det så när jag såg tjänsten framför mig så kändes det väldigt givet. Hållbarhetsaspekten ger något mer än att bara mata samtal. Det gav ett mervärde till mitt yrke.

Hur jobbar du med hållbarhet i ditt dagliga arbete?

Jag får ut budskapet om cirkularitet och återbruk till våra kunders kunder. Mycket handlar om att flika in hållbarhetsfrågorna när man hjälper kunden i sitt ärende som till exempel varför det är viktigt att man inte köper en ny telefon utan reparerar den istället samt lyfta in klimatdata i ett samtal så att det blir konkret och tydligt med miljönyttan.

Hållbarhetsfrågan är också ett sätt att vända vissa kunder till det mer positiva. En negativ inställd försäkringstagare kan bli positiv när jag har förklarat varför vi gör det vi gör på GIAB.

Vad tycker du är viktigt hos en arbetsgivare?

Ledningen är viktigt, den styr hela klimatet i ett företag och vilken kultur man vill uppnå. Ledningen kan också ge arbetstagarna en känsla av meningsfullhet vilket jag tror alla människor behöver. För mig är det

också viktigt att ha en god gemenskap på arbetsplatsen. På GIAB har vi ett skönt och avslappnat klimat, här kan man vara sig själv. Vi ges möjlighet och tillfällen för att uttrycka våra åsikter på olika sätt.

Vad tycker du kännetecknar GIAB som bolag?

- Nyttänkande.
- Framåt och i framkant – hur man ligger i tiden på vilket sätt man jobbar och med vilka frågor.
- Klimathjältar.

Vad tror du att våra kunder kommer att efterfråga år 2030?

Hur ser kundtjänst ut 2030?

Jag tror att GIAB kommer att vara så mycket större. Därmed kommer vi att bli en större kundtjänst som är större än vad den är nu men allt fler kunder att hantera.

För kundtjänst del så kommer det in mer och mer AI. Vi kommer att automatisera mycket. Mänsklig kontakt och manuell hantering kommer att behövas, men verksamheten kommer att bli mindre personalintensiv.

Näm två saker som du tror krävs för att uppnå resultat utöver det vanliga.

Den positiva inställningen måste man alltid ha med sig, den kommer man väldigt långt med. Sen ska man vara ifrågasättande för att undvika hemmablindhet internt i ett bolag: hur man gör, hur man jobbar, varför man gör på vissa sätt osv.

Har du ett avslutande tips till omvärlden utifrån det du kan och har lärt dig sedan du började arbeta på GIAB?

Jag tror att alla gånger så handlar det om att cirkulera mera, kasta mindre, köp ordentligt eller begagnat. Ha insikt i vad man väljer och hur man väljer och vad man ska göra med det som är trasigt.



GIAB är ett bolag som är väldigt modigt och inte är rädd för förändring, man vågar satsa på nya idéer och är väldigt nytänkande.”

Beatrice Lundin,
Ansvarig Online Manager

BEATRICE LUNDIN

Beatrice Lundin läste E-commerce manager på IHM Business School i Malmö. Via bekanta som arbetade på GIAB hade hon hört talas om bolaget och att de precis hade lanserat sin E-handel. Bea hörde av sig och frågade om hon fick göra praktik vilket resulterade i en heltidstjänst som online manager efter studierna. Bea kom in i bolaget med ny kompetens och mycket engagemang. Idag är hon ansvarig för E-handelns marknadsföring via sociala kanaler, kampanjer, nyhetsbrev, blogg och SEO-arbete. Med sin kreativitet och kunskap skapar hon innehåll på Returhuset.se som driver trafik till E-handeln och utbildar kunden i konsumtionens klimatpåverkan.

Vad får dig att vilja gå till jobbet varje dag?

Jag har väldigt roliga arbetsuppgifter. Jag har en väldigt bred tjänst vilket innebär att jag gör väldigt många olika saker. Det ger en variation samtidigt som det är en utmaning. Eftersom vi är i en tillväxtfas sker förändringar ständigt, inget är skrivet i sten och jag får forma väldigt mycket själv. Det är såklart en utmaning men det finns utrymme för att komma med egna idéer och tankar och jag får använda min kreativitet i min tjänst, vilket är väldigt roligt.

E-handeln har utvecklats det senaste året.

Vad är på agendan nu?

Vi har stort fokus på att få igång organisk trafik till sidan. Vi håller bland annat på att starta en blogg. Vi vill satsa mer på SEO via bloggen men också genom annan optimering på hemsidan. Mitt fokus är att skapa innehåll som attraherar kunden, är relevant och skapar mervärde. Vi vill inspirera och bygga förtroende för att kunden senare ska välja att handla hos oss. Under Q4 2020 har vi även satsat på att bygga varumärkeskännetecken nu när e-handeln har ett stort och komplett sortiment. Det gör vi bland annat via influenser markering och genom en plattform som heter Match2One, där vi kan nå ut med vårt budskap ”fynda returer på nätet”. Detta arbete kommer att fortsätta även under 2021.

Hur jobbar du med hållbarhet i ditt dagliga arbete?

En del av mitt jobb är att kommunicera med våra kunder och då handlar det ju om att informera och att förmedla vad det är Returhuset gör och vad kunderna bidrar med när de handlar hos oss. Vi utbildar också kunden, exempelvis på vad de sparar i kilo koldioxid när dom handlar återbrukat hos oss och vad det motsvarar i körda mil. Vi gör också olika

jämförelser och kommunicerar det på ett sätt som får konsumenten att förstå, vad innebär det för mig konkret. I bästa fall kan vi påverka kunden till mer hållbara val genom vår kommunikation. Man når ut till personer på olika sätt. När det gäller kunder baserar vi vår kommunikation på data, hur kunderna agerar online. Det är svårare att mäta internkommunikation.

Vad tycker du är viktigt hos en arbetsgivare?

Jag tycker det är viktigt att vara lyhörd och lyssna in sina medarbetare samt att ge feedback och lyfta sina anställda. Det är också viktigt med transparens och att man kan prata öppet på arbetsplatsen.

Vad tycker du kännetecknar GIAB som bolag?

Det är ett bolag som är väldigt modigt och inte är rädd för förändring, man vågar satsa på nya idéer och är väldigt nytänkande.

Vad tror du är framgångsfaktorerna bakom GIAB.

Bolaget är uppbyggt på unika affärsidéer som ligger rätt i tiden. Vi är modiga och vi vågar satsa på vad vi tror på.

Vad tror du att våra kunder kommer att efterfråga år 2030?

Jag tror att våra kunder på e-handeln kommer vara ännu mer kräsna: Man kommer ha mindre tålmod och högre kvar på smidig och snabb köpprocess, enkelhet och korta leveranstider. Det gör också att förväntningarna på oss kommer att höjas.

Jag är övertygad om att hållbarhet kommer vara en ännu större faktor 2030. Det kommer vara viktigare för konsumenten var produkten kommer ifrån, vad produkten har för miljöpåverkan och att all frakt är hållbar.

Vad tycker du fler företag borde börja med?

Ta sitt ansvar kring returer. Det vill säga, orka med att ta and om era returer, och sök er lösning för hur detta ska ske. Skicka inte iväg era returer utomlands eller bara kassera.

Har du ett avslutande tips till omvärlden utifrån det du kan och har lärt dig sedan du började arbeta på GIAB?

Våga satsa på det man tror på, det har GIAB gjort.



” Jag har rätt komplexa arbetsuppgifter men jag har kollegor som jag alltid kan fråga, både om jobsaker och privata saker. Det finns en fin gemenskap på GIAB. Det känns att vi gör allt detta tillsammans. Vårt mål och syfte är likadant.”

Siban Kuchak,
Re:Commerce Mobiltekniker

SIBAN KUCHAK

Siban Kuchak arbetar i affärsområdet Re:Commerce som mobiltekniker. Varje dag förlänger han livet på mobiltelefoner genom reparation och rekonditionering. Det är ett otroligt precisionsarbete som kräver noggrannhet och disciplin.

Vad gör du på GIAB?

Jag reparerar mobiltelefoner i flödet som kommer från försäkringssystemet. För varje telefon jag reparerar ansvarar jag för hela kedjan, från det att jag startar upp vårt system och väljer telefon till att den skickas iväg. I arbetet använder vi oss av vårt IT-system och den del som vi kallar teknikervyn. Den nya teknikervyn lanserades i höstas och alla vi tekniker har längtat efter vårt nya system. Det underlättar jättemycket i mitt arbete, det sparar både tid och tålamod.

Hur hamnade du här?

Jag har arbetat på GIAB sedan 1 juli. Tidigare drev jag eget företag där jag utövade en typ av asiatisk kroppsvård som påminner mycket om kiropraktik. Sedan Coronan slog till förra våren så blev det tufft för min firma och då fick jag tips om jobbmöjligheter via personliga kontakter som redan arbetade på GIAB. Jag fick komma på test i två dagar så ni kunde se om jag kunde lära mig att reparera och var kompetent nog till jobbet. Jag har för längesen reparerat telefoner men inte dessa nya typer av telefoner.

Hur jobbar du med hållbarhet i ditt dagliga arbete?

Det är väldigt viktigt att telefonerna inte bara slängs iväg när dom går sönder. Då går vi miste om resurser och all energi som man använt när man tillverkat dom. Vi ser till att dom inte kastas utan repareras istället. Vi byter ut trasiga reservdelar och den reservdelen som vi byter till kommer också från telefoner som annars också kastat. Det är väldigt cirkulärt.

Vad tycker du är viktigt hos en arbetsgivare?

Man ska visa att man bryr sig. Det gäller alla på bolaget. Sen är det viktigt att se till att alla har samma mål i sikte.

Vad tycker du fungerar riktigt bra i ditt dagliga arbete idag?

Jag har rätt komplexa arbetsuppgifter men jag har kollegor som jag alltid kan fråga, både om jobsaker och privata saker. Det finns en fin gemenskap på GIAB. Det känns att vi gör allt detta tillsammans. Vårt mål och syfte är likadant.

Vad tycker du kännetecknar GIAB som bolag.

Gemenskap, cirkulär ekonomi och hållbarhet.

Vad tror du är framgångsfaktorerna bakom GIAB?

Vi har verkligen drivna personer som vill ta tag i detta. Detta är ett uppdrag som många känner att det måste göras men det är ingen som gör det. Där kommer GIAB in och verkligen gör det. Alla tycker det är viktigt med hållbarhet och cirkulär ekonomi men man gör ingenting, det gör GIAB.

Vad tycker du fler företag borde börja med?

Jag tycker att företag först och främst måste försöka se problemen. Sen måste man ha viljan att vilja förändras och sen planera hur förändringen ska gå till i praktiken. Det gäller att hitta personer som ska utföra förändringen. Det gör vi verkligen här på GIAB och jag tror inte det är många andra företag som tänker så.

Har du ett avslutande tips till omvärlden utifrån det du kan och har lärt dig sedan du började arbeta på GIAB?

Gemenskap och att värna om sina kollegor har varit en viktig del av min vardag på GIAB. Det är viktigt att inte bara tänka på att man själv mår bra utan också ha i åtanke att allt jag gör påverkar mina kollegor. Nu sitter jag tillsammans med mina kollegor under ett och samma tak. Man kan säga att jag ser på det som att vi är en familj. Mår dom bra så mår jag också bra. Det i sin tur gör mycket för arbetsplatsen som helhet.

4.2 En hållbar arbetsplats

GIAB är ett entreprenörsdrivet företag med tydliga värderingar och stark kultur. Eftersom bolagets verksamhet grundar sig i cirkulär ekonomi och hållbarhet blir det tydligt vilket värde vi bidrar med såväl till våra kunder, medarbetare som för samhället. Hela bolaget genomsyras av ett tydligt "varför" då hållbarhet genomsyrar hela verksamheten. Vi strävar efter att vara en hållbar arbetsplats där människor mår bra och där all form av diskriminering och trakasserier är otillåtet. Vi lever som vi lär och inkluderar hållbarhetsaspekten i hela verksamheten. Vid exempelvis inköp till kontoret så väljs alltid återbrukade möbler och inredning i första hand.

I vår arbetsmiljöpolicy har vi fastställt riktlinjer för vår arbetsmiljö.

DEFINITION HÅLLBAR ARBETSPLATS

En hållbar arbetsplats är för oss en arbetsplats där människor mår bra såväl psykiskt som fysiskt, där det finns starka värderingar samt stark förståelse hos medarbetarna för vad GIAB är. På en hållbar arbetsplats ges medarbetarna möjligheter att växa, både som individer men även kompetens- och ansvarsmässigt. En hållbar arbetsplats inkluderar såväl sociala, som ekonomiska och miljömässiga perspektiv.

HÅLLBART LEDARSKAP

"Som ledare är det viktigt att leva som man lär. För att lyckas engagera sina medarbetare handlar det inte bara om att tala för en sak utan även visa det genom att agera i enlighet med det man står för. Och ständigt sträva efter att vara en inspirationskälla för din omgivning.

I ett hållbart ledarskap är det viktigt att ge feedback och skapa en kultur av lyhördhet så att medarbetarna känner sig sedda. Hållbart ledarskap handlar även om att definiera medarbetarnas "varför" det vill säga att få alla införstådda i att det finns ett högre syfte med arbetet som de utför".

Matilda Jarbin, Hållbarhetschef



MÅNGFALD PÅ GIAB

108 anställda 2020.

34 nyanställda.

42 avslutade sin anställning, timanställda inkluderade.

Sjukfrånvaro 8,98 %.

19 % tillhör mer än en nationalitet.

12 % har utrikesfödda föräldrar.

Arbetslivserfarenheten varierar från ett år till över 20 år.

21 % har universitetsutbildning.

På GIAB varierar åldern från 18-60.

Flest (34 %) är i åldern 26-30 år.

Medelålder 36 år.

43 % kvinnor & 57 % män.

25 % kvinnor i ledande position.

29 % kvinnor i styrelsen.

24 % av våra medarbetare är inhyrda från Samhall.



Mångfald & jämställdhet

På GIAB strävar vi efter en bred mångfald avseende kön, ålder, ursprung, utbildningsnivåer, religiös tillhörighet, kompetens och bakgrund. Våra olikheter ser vi som en styrka och det är ett affärsmässigt beslut att ha en bred mångfald på företaget. Vid rekrytering är det därmed ett aktivt val, då vi vet att en homogen grupp på arbetsplatsen inte ger de bästa förutsättningarna för att ta affärsmässiga beslut. Forskning visar nämligen att en blandad grupp är mer innovativ och kreativ. Vi arbetar aktivt med inkludering, jämställdhet och värnar om att alla ska känna sig välkomna på företaget.

Att mäta mångfald är en utmaning. Under hösten 2020 skickades en enkät ut till samtliga medarbetare på GIAB innehållande frågor kring ursprung, föräldrars ursprung, utbildningsnivå, ålder med mera (medarbetarna som är anställda av Samhall har inte deltagit i enkäten). 19 % svarar att de tillhör mer än en nationalitet vilket speglar hur det ser ut i Sverige mycket väl. Av Sveriges totalt antal invånare har 22 % utländsk bakgrund. Av alla som har statlig anställning i Sverige är motsvarande siffra 17 %. På chefspositioner på GIAB är det få personer med utländsk bakgrund, här ska vi aktivt arbeta för att öka mångfalden på ledande positioner i bolaget.

Genomsnittsåldern på GIAB är 26-30 år och vid rekrytering har unga personer med starkt driv och stark vilja att växa prioriterats. På GIAB finns stora möjligheter att växa inom bolaget och historiskt sett flera bevis på medarbetare som klättrat inom bolaget och fått stegvis mer och mer ansvar.

Förmåner

På GIAB arbetar vi aktivt för att bli en hållbar arbetsplats enligt vår definition. Kontinuerligt utvärderas vår arbetsplats och investeringar görs för personal och i lokalerna. I takt med att vi vuxit har investeringar för medarbetarna prioriterats. Följande förmåner har GIAB investerat i:

- ▶ Benify förmånsportal
- ▶ Friskvårdsbidrag 2500 kr/år
- ▶ Pensionssparande för samtliga anställda
- ▶ GIAB Award – julfest samt prisutdelning till medarbetarna i kategorierna Årets prestation, Årets kundfokus och Årets medarbetare (inställt 2020 pga Corona).
- ▶ Vi är en rökfri arbetsplats. Rökning är endast tillåtet på raster och innan och efter arbetstid på specifika områden. Medarbetare som vill sluta röka erbjuds ekonomisk stöttning i olika sluta-röka aktiviteter.
- ▶ Har under 2020 investerat förbättringar i våra lokaler efter de förutsättningar vi har
- ▶ Alla medarbetare utbildas i cirkulär ekonomi, klimat och hållbarhet sedan 2016.

Systematiskt arbetsmiljöarbete

Vi vill att vår arbetsplats ska vara trivsamt och att alla som arbetar på GIAB ska må bra, därför arbetar vi aktivt med vårt systematiska arbetsmiljöarbete (SAM), såväl den fysiska som den psykiska arbetsmiljön. Vi har tydliga policier och arbetsmiljömål som alla medarbetare känner väl till och som vi årligen följer upp.

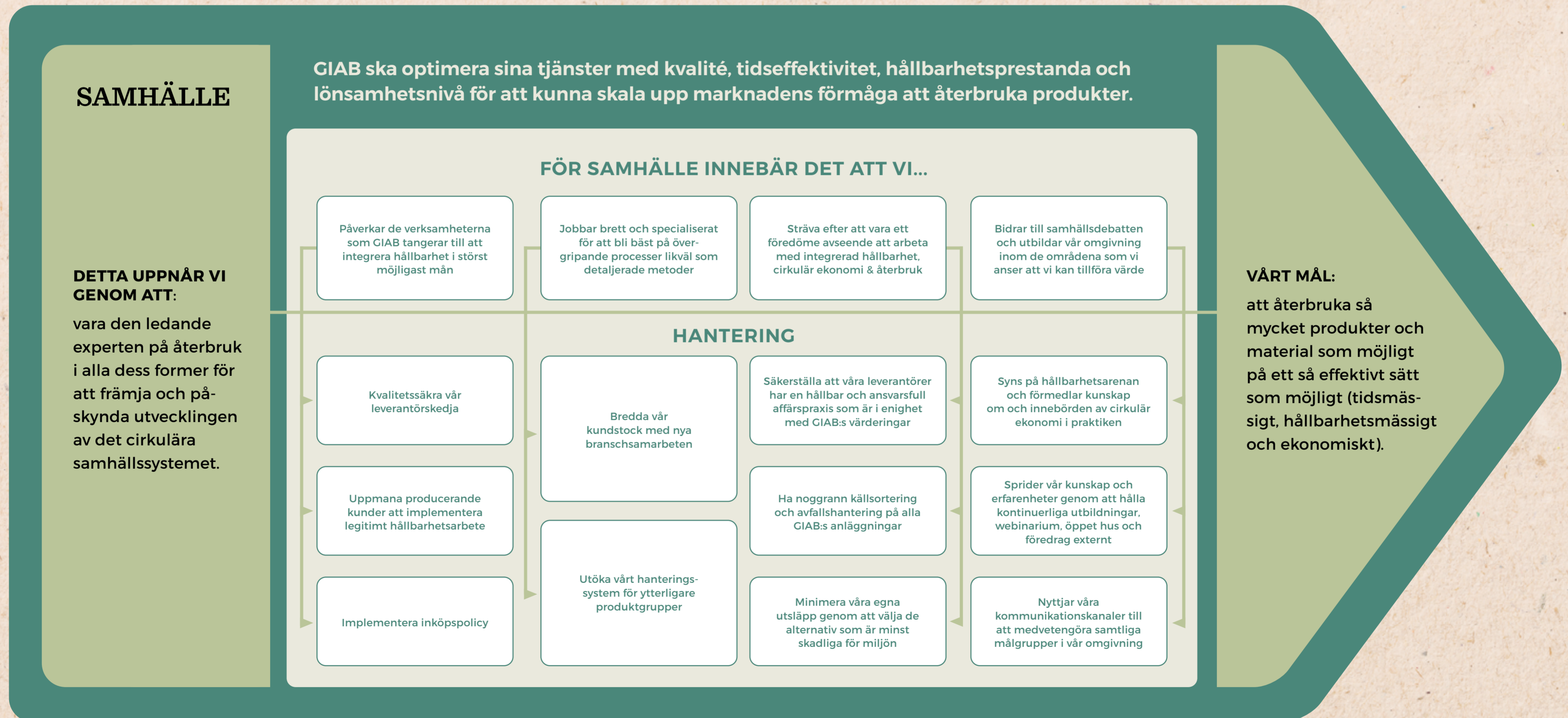
Varje år genomförs skyddsronde samt arbetsmiljöronde där den fysiska miljön kontrolleras. Vår skyddskommitté träffas ca fyra gånger per år och följer upp arbetsmiljöfrågor. Alla medarbetare får även svara på arbetsmiljörelaterade frågor och upplysa om brister i arbetsmiljön i medarbetarundersökningar och pulsmätningar. Tillsammans skapar vi en arbetsmiljö som är trivsamt att arbeta i.



5. Samhälle



Vi ska vara den ledande experten på återbruk i alla dess former för att främja och påskynda utvecklingen av det cirkulära samhällssystemet.



Denna strategi utg r från resultatet i Väsentlighetsanalysen för 2020.

5.1 Hur vi jobbar med social hållbarhet

GIAB:s hållbarhetsarbete är utåt sett mest fokuserat på det miljö- och ekonomiska perspektivet. Men internt finns även ett stort fokus på de sociala hållbarhetsaspekterna, vilket vi strävar efter att bli bättre på att kommunicera. Innanför företagets väggar finner vi en bred mångfald avseende kön, ålder, ursprung, kompetens, utbildningsnivåer och bakgrund. Många anställda på GIAB har av olika anledningar stått långt ifrån arbetsmarknaden. Ett socialt hållbart samhälle är inkluderande och på GIAB är vi otroligt stolta över att ha möjliggjort arbetstillfällen för människor som har svårt att komma in på arbetsmarknaden i Sverige idag. GIAB har ett nära samarbete med Staffanstorp kommun, Arbetsförmedlingen och Samhall för rekrytering av personal.

En viktig del i vårt sociala hållbarhetsarbete är just vårt nära samarbete med Samhall. Samhall har sedan 2015 varit en viktig partner och leverantör av arbetskraft till GIAB. Kortfattat är Samhalls huvuduppdrag att skapa utvecklande jobb åt personer med funktionsnedsättning och på så sätt ge dem en plats på den ordinarie arbetsmarknaden. Samhall kombinerar samhällsnytta, kundnytta och medarbetarnytta och vårt partnerskap har sedan flera år tillbaka varit en avgörande del i GIAB:s sociala hållbarhetsarbete.

Jerker Jönsson, du är national account manager på Samhall och var med och initierade samarbetet mellan GIAB och Samhall, hur kom det sig att samarbetet påbörjades?

– Efter att ha läst en artikel om GIAB i Dagens Industri, kontaktade jag Patrik och Christian och besökte deras då lilla kontor i Staffanstorp. Strax därpå påbörjades samarbetet.

Under föregående år var 24 % av GIABs totala personalstyrka Samhallsanställda och 11 % av dessa fick under året fast anställning på GIAB. Samarbetet har också varit i framkanten av Samhalls affärsupplägg då man för 1,5 år sedan beslutade om en uttalad satsning på att inrikta sig mot att förse arbetskraft till branscher och verksamheter som sysslar med återvinning, cirkulär ekonomi och återbruk.

– Samarbetet med GIAB har gett oss möjlighet att samla på oss kunskap och erfarenhet om verksamheter som bedriver arbete fokuserat på

cirkulär ekonomi vilket har bidragit till vad det innebär att arbeta cirkulärt. Så genom att vi är med på GIAB:s resa utvecklas även vår verksamhet tillsammans med er vilket vi ser ett otroligt värde i.

Samarbetet innebär i praktiken att Samhall matchar personer utifrån GIAB:s behov av arbetskraft och blir försedda med medarbetare som exempelvis får syssla med dataradering av inkomna IT-produkter, pack och plock i vår e-handel, städning, lagerarbete, inventering, produkt-hantering samt butiksarbete. Det finns alltså Samhallsanställda på näst intill alla GIAB:s affärsområden. Att arbeta med återbruk kräver mycket handpåläggning. På många sätt har Samhalls förmåga att bistå med nödvändig arbetskraft bidragit till GIAB:s genomförande av affärsstrategi.

– Samhall är ett stort stadigt företag, GIAB är det snabbfotade och entreprenöriella bolaget. Tillsammans är vi en väldigt bra match som lyckas åstadkomma nytta i praktiken.

Vad tycker du att fler bolag borde börja med?

– Utifrån mitt perspektiv med hänsyn till min arbetsroll vill jag självklart uppmana fler bolag att tänka hållbart även kring personella resurser. Med det menar jag att fler behöver bredda sitt perspektiv vid rekrytering och ha i åtanke att det finnas en plats för alla, oavsett förmåga eller svårighet. Det blir alltid varmare på en arbetsplats om man har mångfald och på så sätt tycker jag att fler bolag behöver diversifiera sig. Ni är ett bra exempel på det. GIAB up-cyclar produkter och ni gör det med hjälp av människor som tidigare stod långt ifrån arbetsmarknaden, denna kombination resulterar i en otrolig samhällsnytta både utifrån ett socialt perspektiv och ett miljömässigt perspektiv.

Under 2021 kommer vi fortsätta utveckla vårt samarbete tillsammans med Samhall. Vi har utformat ett dedikerat hållbarhetsmål som är kopplat till vårt sociala hållbarhetsarbete som innebär att vi ska, i den mån det går, välja att sysselsätta personer som är långt ifrån arbetsmarknaden och att detta ska utgöra 15 personer varje månad under 2021.



” Ni är världsbäst på att utmana det konventionella sättet att se på hållbarhet vilket många talar av.”

Jerker Jönsson
National account manager, Samhall

5.2 Om våra samarbetspartners

Student- och forskningsinstitut

GIAB har sedan många år tillbaka ett återkommande samarbete med student- och forskningsinstitutioner. Samarbetena har varit i många former och med olika syften. Vi har exempelvis välkomnat studenter från Sustainergies Academy 2019, som är en casebaserad utbildning inom hållbarhet för studenter oavsett studieinriktning. Vi har kontinuerliga nära samarbeten med Lunds universitet, Internationella Miljöinstitutet IIIIEE, Chalmers industriteknik, RISE, Linköpings universitet, IHM Business school med flera.

Under år 2020 har vi byggt upp ett nära samarbete med IHM Business School i Malmö. GIABs hållbarhetschef undervisar i kurser kring hållbarhet inom E-handel och GIAB har representanter i ledningsgruppen för E-commerce manager och E-commerce logistik. GIAB tar årligen emot praktikanter från olika utbildningar som i många fall får fortsatt anställning efter examen. Under 2020 har vi haft praktikanter från IHM Business School som har arbetat med ekonomi, kommunikation, utvecklat Returhusets e-handel samt logistikstudenter som hjälpt oss att utveckla vår retur- och reklamationshantering.

” Jon von Knorring, du har välkomnat ett flertal studentgrupper till GIAB, varför anser GIAB att student- och universitetssamarbeten är så viktigt?

– Studenter och ungas perspektiv tror vi är avgörande för utvecklingen av ett bolag som GIAB. Det finns en större medvetenhet och kompetens hos den yngre generationen och detta är något som är jätteviktigt för oss att anamma och förvalta. Vi som bolag knyta till oss bra kompetens i ett tidigt skede, och att vi finns i studenternas tanke när de i framtiden söker en lämplig arbetsgivare.

Jon von Knorring, Affärsområdeschef Re:Commerce

GIAB:s samarbete med universitet- och forskningsinstitutioner är också en viktig prioritering för vår utveckling och innovationsarbete. Under 2020 har GIAB deltagit i forskningsprogrammet KEEP – spårbarhetslösning för elektriska och elektroniska produkter i ett cirkulärt system. Programmet pågår under åren 2019-2022, är finansierat av Formas och leds av Chalmers industriteknik. GIAB har en mycket aktiv roll i projektet och har bistått med kompetens och erfarenhet kring spårbarhet för återbruksfasen. Under året har projektet lanserat en prototyp för spårbarhet för elektronik som vi hoppas kan vara mycket användbar för marknaden framöver.

Under året har projekten CREACE – Creating the CE repair society – policies, networks and people (FORMAS) och The Future Consumers research project (Lunds universitet) beviljats som GIAB kommer att delta i under 2021.

Deltagandet i forskningsprojekt förbättrar vår förmåga att utveckla våra nuvarande metoder och implementera ny innovation samtidigt som GIAB kan bistå forskningen med data samt erfarenheter av praktiska cirkuläreconomiska metoder.

Musikhjälpen 2020 i samarbete med Lunds unga

Under Musikhjälpen 2020 testade vi vår nya affärsidé vi kallar Mobilvinningen. Varje år säljs 3,5 miljoner mobiltelefoner i Sverige men endast en halv miljon återvinns (Elkretsen, 2019). Vart tar resten vägen? Många hamnar hemma i våra byråldor där dom tappar värde. Detta vill vi göra något åt. Därför startade vi Mobilvinningen, en insamlingstjänst för mobiltelefoner. Syftet är att privatpersoner eller föreningsliv skickar in sina mobiltelefoner till GIAB mot ersättning. Vi dataraderar, rekonditionerar och reparerar enheterna för vidare försäljning, alternativt återvinner mobilerna så att

material och komponenter tas tillvara på. Under Musikhjälpen 2020 körde vi en pilot med Lunds unga där gymnasieelever samlade in mobiltelefoner och där all ekonomisk ersättning gick till Musikhjälpen med temat Ingen människa ska lämnas utan vård. Piloten föll väl ut och Mobilvinningen är en satsning för det svenska föreningslivet 2021.



Skåne Stadsmission

Vi strävar efter att återbruka så stor andel produkter som möjligt, till marknadsmässiga värden. Vissa produkter som inte är säljbara eller det inte finns ekonomisk bäring att förlänga livet på donerar vi till behövande. Under 2020 startade vi ett samarbete med Skåne Stadsmission som innebär att stadsmissionen hämtar upp produkter varannan vecka som vi har rensat ut för donering. Doneringen går dels till behövande, dels till stadsmissionens egna butiker där vinsten skänks till välgörenhet. Genom detta arbete säkrar vi att så stor del som möjligt av vårt flöde återbrukas istället för att återvinnas. Liknande samarbete med Stockholm Stadsmission är under uppbyggande.



5.3 Vår leverantörskedja

GIAB agerar ofta spindeln i nätet i ett cirkulärt system där vi är beroende av såväl våra kunder som våra leverantörer. Vi arbetar aktivt med att skapa transparens och nära samarbete i våra affärsrelationer. Avseende våra viktiga leverantörer driver vi kontinuerliga leverantörmöten för att säkerställa kvalitet och leveranstider. Samtliga väsentliga* leverantörer måste signera vår leverantörskod där de styrker att de efterlever kraven. Syftet med leverantörskoden är att genom dialog och i partnerskap med våra leverantörer tillse att våra leverantörer efterlever ett antal angivna instrument som baseras på principerna i FN:s Global Compact, OECD:s riktlinjer för multinationella företag och FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter.

Vid utvärdering av nya leverantörer ser vi först och främst om leverantören kan erbjuda rätt produkt eller tjänst till rätt kvalitet, egenskaper och pris, men också om leverantören bedriver sin verksamhet på ett hållbarhet sätt, utifrån miljömässiga och sociala perspektiv.

I den mån det går besöker vi våra väsentliga leverantörer. Vi strävar att besöka samtliga vid något tillfälle. Detta begränsas i vissa fall av att man inte tar emot besök.

**Väsentliga leverantörer för GIAB är de leverantörer som fakturerar oss 600 000 SEK om året och mer.*



6. Bolagsstyrning








6.1 Bolagsstyrning

Vår koncern består idag av tre bolag, ett i respektive Sverige, Finland och Norge. På koncernnivå beskriver vi förväntningar och krav på leverantörer och samarbetspartners i vårt Code of Conduct. Vi har även en policy som beskriver vårt hållbarhetsarbete och vår verksamhet som är certifierade enligt ISO 14 001 och 9 001 sedan 2015. Då cirkulär ekonomi alltid har varit GIAB:s utgångspunkt genomsyras hela vår organisation, vår affär och vårt aktiva arbete av en stark hållbarhetsförankring. Hållbarhet och lönsamhet som går hand i hand ligger i GIABs DNA och det genomsyrar hela vår organisation, vår affär och vårt dagliga arbete. Ledningen på GIAB har ansvaret att förmedla värderingar, kultur och hållbarhetsfokus.



Styrelse

-  **Kenneth André**
Ordförande
-  **Christian Jansson**
Ledamot
-  **Matilda Jarbin**
Ledamot
-  **Elna Lembrér Åström**
Ledamot
-  **Anders Ydstedt**
Ledamot
-  **Patrik Zalewski**
Ledamot

Företagsledning

-  **Christian Jansson**
CEO
-  **Matilda Jarbin**
COO & Hållbarhetschef
-  **Pia Ringius**
Ekonomichef
-  **Jon von Knorring**
Affärsområdeschef
Re:Commerce
-  **Mats Jansson**
Affärsområdeschef
Circular Insurance
-  **Klas Hansson-Gladh**
Affärsutveckling/
Digitalisering
-  **Jon Ryrstedt**
Controller &
CEO Trainee
-  **Tim Thörnberg**
Country manager
Norge

Aktieägare

	AKTIER, ST	AKTIER %
Il Porto Group AB	518	24,09%
P.Zalewski AB	388	18,05%
Rotorbulk AB	269	12,51%
The Store International AB	215	10,00%
Torehall Strategic Management AB	165	7,67%
Sigvard AB	150	6,98%
Ydstedt Holding AB	150	6,98%
Foell AB	108	5,02%
Jens Thulin AB	100	4,65%
Jarbin Invest AB	31	1,44%
Annika Schyler	30	1,40%
CJMM Management AB	10	0,47%
von Knorring Invest AB	10	0,47%
Mats Andersson	3	0,14%
Pia Ringius	3	0,14%
ANTAL	2150	100,00%

Per den 31 december 2020 uppgick antalet aktieägare i Bolaget till 15 stycken. Största ägaren är Il Porto Group AB med 24,1 procent av aktierna och rösterna i Bolaget. Bolaget äger inga egna aktier. Av ovanstående tabell framgår information avseende ägarförhållandena i Bolaget per den 31 december 2020 med därefter kända förändringar.

6.2 Finansiella rapporter

Resultaträkning

TSEK	Not	2020-01-01 - 2020-12-31	2019-01-01 - 2019-12-31
Nettoomsättning		200 760	172 146
Övriga rörelseintäkter		1 812	3 257
		202 572	175 403
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-130 044	-120 230
Övriga externa kostnader		-32 312	-21 716
Personalkostnader		-40 565	-31 334
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-2 031	-1 035
Summa rörelsens kostnader		-204 952	-174 315
Rörelseresultat		-2 380	1 088
Resultat från finansiella poster			
Resultat från andelar i koncernföretag		-3 100	0
Finansiella intäkter		114	168
Finansiella kostnader		-232	-11
Resultat från finansiella poster		-3 218	157
Resultat efter finansiella poster		-5 598	1 245
Bokslutsdispositioner		813	-415
Resultat före skatt		-4 785	830
Skatt på årets resultat		0	-240
Årets resultat		-4 785	590

Ovan redovisade Resultaträkning är preliminära då GIAB:s årsredovisning ej är fastställd i denna rapport.



Balansräkning

TSEK	Not	2020-12-31	2019-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten		6 056	3 524
		6 056	3 524
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Maskiner och andra tekniska anläggningar		452	316
Inventarier, verktyg och installationer		4 421	3 375
		4 873	3 691
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag		164	31
Andra långfristiga fordringar		40	0
		204	31
Summa anläggningstillgångar		11 133	7 246
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m m</i>			
Varulager		9 037	8 434
		9 037	8 434
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		7 443	10 210
Fordringar hos koncernföretag		7 533	6 985
Övriga fordringar		2 055	785
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		4 841	4 701
		21 872	22 681
<i>Kassa och bank</i>		972	1 064
Summa omsättningstillgångar		31 881	32 179
Summa tillgångar		43 014	39 425

TSEK	Not	2020-12-31	2019-12-31
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		215	215
Fond för utvecklingsavgifter		6 056	3 524
		6 271	3 739
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond		1 935	4 467
Balanserad vinst		2 690	2 100
Periodens resultat		-4 785	590
		-160	7 157
Summa eget kapital		6 111	10 896
Obeskattade reserver		0	813
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit		7 388	3 825
Leverantörsskulder		16 088	14 738
Aktuella skatteskulder		174	510
Övriga skulder		5 750	2 349
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		7 503	6 294
		36 903	27 716
Summa eget kapital och skulder		43 014	38 612

Ovan redovisade Balansräkning är preliminära då GIAB:s årsredovisning ej är fastställd i denna rapport.

6.3 Måluppfyllnad 2020

- 1. GIAB ska vara en trivsamt arbetsplats där diskriminering ej förekommer.**

I medarbetarundersökningen för 2020 har det framkommit att diskriminering eller mobbning har förekommit. Eftersom vi har nolltolerans mot detta tas det på stort allvar och djupare analys är påbörjad.



- 2. GIAB ska ha en frisknärvaro på minst 97 %.**

Sjukfrånvaron var 8,98 % år 2020 och således frisknärvaron 91,02 %. Det beror till stor del på Coronapandemin och restriktiva regler för att stanna hemma om man kände sig minsta förkyld.



- 3. GIAB ska sysselsätta 20 personer som står långt ifrån arbetsmarknaden varje år.**

26 st för 2020.



- 4. GIAB ska kunna påvisa att vår tillväxt är korrelerad med positiv miljöpåverkan.**

GIAB:s tillväxt under 2020 var ca 16 % och vi hade samtidigt ett netto på 2500 ton koldioxidbesparing för verksamheten vilket betyder att vi fortsatt är klimatpositiva. Det finns en stark korrelation med koldioxidbesparing (ökning med 15 %) och ekonomisk omsättning (tillväxt på 16 %). Se förklaring på punkt 9.



- 5. Alla våra väsentliga leverantörer ska signera vår leverantörskod.**

Under året tog vi fram en leverantörskod som vi har skickat ut till alla väsentliga leverantörer. Vi har fått tillbaka majoriteten signerade men några kvarstår.



- 6. Att under år 2020 färdigställa Fas 1 av GIAB:s nya IT-system.**

Den så kallade "teknikervyn" används idag i praktiken i verksamheten.



- 7. Öka den totala återbruksgraden på GIAB till 80 %/år.**

2020 uppmättes återbruksgraden till ca 85 % baserat på antal artiklar som återbrukades, jämfört med totalt antal inkommande produkter. Resterande 15 % gick till återvinning.



- 8. 100 % av alla medarbetare ska vara utbildas i cirkulär ekonomi och hållbarhet.**

Samtliga medarbetare har gått intern utbildning i cirkulär ekonomi och hållbarhet som leds av bolagets hållbarhetschef Matilda Jarbin.



- 9. Öka besparingen av mängden CO₂ med 20 % /år.**

2020 var besparingen i CO₂ 2893 ton. Motsvarande siffra för 2019 var 3690 ton. Minskningen beror framför allt på uppdaterade data, exempelvis för mobiltelefoner som enligt nya studier ligger på 55 kg CO₂ per enhet till skillnad på 88 kg CO₂ föregående år. Räknar vi med föregående års siffror för koldioxidbesparing för att kunna få jämförelsetal hamnar koldioxidbesparingen 2020 på 4260 ton CO₂. Ökningen landar på 15 % jämfört med föregående år vilket är jämförbart med vår omsättningsökning på 16 %. Även om det finns en stark korrelation med koldioxidbesparing når vi ej upp till 20 %.



- 10. Förvalta våra partners väl och öka befintliga partnerskap med 30 %.**

Detta mäts utifrån omsättning och vi nådde inte upp i 30 %. Dock ökade antal fakturerade företagskunder med 61 % jämfört med 2019.



Referenser

El-Kretsen, 2019. Vad händer med min gamla telefon?

https://www.el-kretsen.se/sites/el-kretsen_se/files/media/Dokument/Mobil-broschyren.pdf?270

Europaparlamentet, 2020. Circular Economy Action Plan.

<https://www.europarl.europa.eu/committees/sv/circular-economy-action-plan-/product-details/20201106CDT04441>

Europaparlamentet, 2020-2. Parlamentet vill ge EU:s konsumenter "rätt till reparation". Publicerad 2020-11-25.

<https://www.europarl.europa.eu/news/sv/press-room/20201120IPR92118/parlamentet-vill-ge-eu-s-konsumenter-ratt-till-reparation>

Dagens nyheter, 2020. Amazon-chefen: "Vi kommer arbeta väldigt hårt för att göra kundupplevelsen bättre. Publicerad 2020-10-28.

<https://www.dn.se/ekonomi/expert-amazon-lansering-imponerar-inte/>

E-handelsbarometern, 2020.

<https://www.postnord.se/vara-losningar/e-handel/e-handelsrapporter/e-barometern>

Expressen, 2020. Missarna på Amazon när sajten lanserades. Publicerad 28 oktober 2020.

<https://www.expressen.se/dinapengar/amazon-har-lanserats-i-sverige-sajten-uppe/>

Hållbar E-handel, 2020.

<https://www.hallbarehandel.org/>

Miljödepartementet, 2015. Varor utan faror - förslag till genomförande av nya riktlinjer inom kemikaliepolitiken. Betänkande från Kemikalieutredningen. Bilaga 6: sid 527 [Online] Tillgänglig:

<https://www.regeringen.se/49bbb3/contentassets/c0f10a5d57534a48b-9b8641aba971a1e/bilagorna-6-9>

NASA, 2021. 2020 Tied for Warmest Year on Record, NASA Analysis Shows. Publicerad 14 januari 2021.

<https://www.nasa.gov/press-release/2020-tied-for-warmest-year-on-record-nasa-analysis-shows>

Ny Teknik, 2020. Sveriges utsläpp har minskat med 10 procent.

Publicerad 2020-12-11

<https://www.nyteknik.se/fordon/sveriges-utslapp-har-minskat-med-10-procent-7006645>

Regeringskansliet, 2020. Cirkulär ekonomi - strategi för omställningen i Sverige. Publicerad 9 juli 2020.

<https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2020/07/cirkular-ekonomi---strategi-for-omstallningen-i-sverige/>

SMHI, 2021. Året 2020 - Rekordvarmt år. Publicerad: 2 mars 2021.

<https://www.smhi.se/klimat/2.1199/aret-2020-rekordvarmt-ar-1.166700>

Svenskarna och internet, 2019. Hämtad 28 juli, 2020.

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/>

There's no business on a dead planet

Självklart kommer vi på
GIAB att fortsätta att
förening ekonomisk tillväxt
och lönsamhet med
konkret hållbarhetsarbete
även 2021!



GODSINLÖSEN NORDIC AB
Box 163, 245 22 Staffanstorps
Tel: 046 - 271 88 00 | info@godsinsen.se
www.godsinsen.se | www.returhuset.se

GIAB® 
GODSINLÖSEN NORDIC AB