20240130054360

stadium

Join the movement.

Års- & hållbarhetsredovisning 2022/2023.

Undertecknad styrelseledamot i Stadium AB intygar att resultaträkningen och balansräkningen i årsredovisningen för moderbolaget samt koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen har fastställts på årsstämma den 6 december 2023. Årsstämman beslutade att godkänna styrelsens förslag till vinstdisposition.

Jag intygar också att innehållet i årsredovisningen och revisionsberättelsen stämmer överens med orginalen.

Norrköping 22 januari 2024

Karl Eklöf

5961787-3

20240130054437

Innehåll.

OM STADIUM
Vår historia 3
Året i siffror 4
Vd-ord 5

STRATEGI OCH VERKSAMHET
Makrotrender 8
Strategi 9
Verksamhet 10
Värdeskapande affärsmodell 11
Värdekedja 12

HÅLLBARHETSREDOVISNING
Vårt hållbarhetsarbete 14
Väsentliga hållbarhetsaspekter 15
Styrning och riktlinjer 16
Ansvarsfullt företagande 17
Våra fyra fokusområden 18

Activate the World
Det aktiva livet – för alla 20
Egna initiativ 21
Föreningssamarbeten 22
Tillsammans med andra 23
Vi lever vår vision 25
Hälsa och säkerhet för våra kunder 26

Support the Earth
Minska påverkan på miljö och klimat, öka cirkulära flöden 28
Minskat klimatavtryck 29
Minska negativ påverkan på miljön 36
Öka cirkulära flöden 37

Workers in the Value Chain
Ansvarsfull tillverkning 42
Mer klimatsmart tillverkning i Bangladesh 46

Passionate Employees
Nordens mest stolta och passionerade medarbetare 48
En företagskultur som speglar våra värderingar 49
En inkluderande arbetsplats 50
En trivsam och trygg arbetsmiljö 51

Hållbarhetsnoter
Hållbarhetsnoter 53
GRI-innehållsindex 59

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE
Förvaltningsberättelse 63
Styrelse 66
Koncernledning 67

FINANSIELLA RAPPORTER
Räkenskaper 69
Noter 75
Underskrifter 87

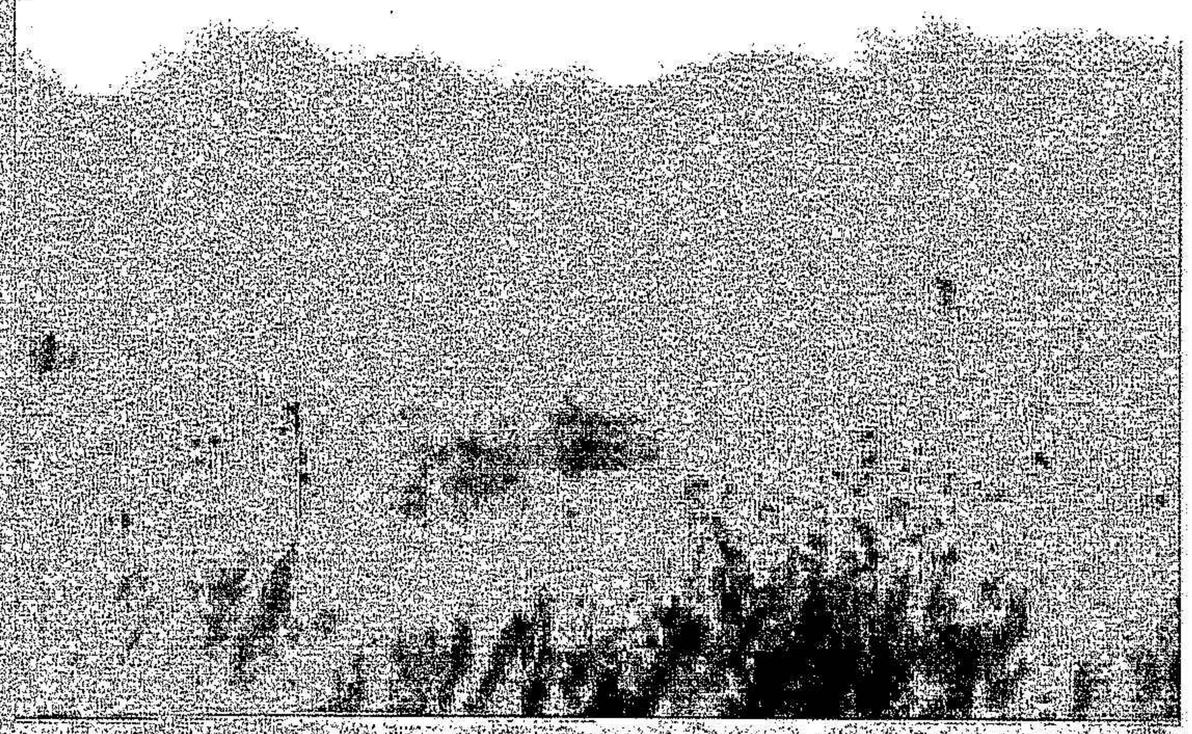
REVISORNS UTLÅTANDE
Revisionsberättelse 88
Revisorns yttrande om hållbarhetsredovisningen 90

Detta är en interaktiv års- och hållbarhetsredovisning. Det innebär att du enkelt kan navigera mellan olika delar med hjälp av toppmenyn. Avsnittshänvisningar och webblänkar är klickbara.

KONTAKTPERSON
Sofia Lindblad | Sustainability Governance & Reporting Manager Stadium Group | Sofia.Lindblad@stadium.com

Allt vi gör, gör vi för att fler människor ska få uppleva energin, glädjen och välbefinnandet i ett aktivt liv.

Ulf & Bo Eklöf, grundare



Vår historia.

Stadium grundades 1987, men historien började redan 1974 då Ulf Eklöf tog över sportbutiken Spiralen Sport i hemstaden Norrköping.

Med sitt genuina sportintresse satte Ulf målet att bli bäst på sport och sportmode. Några år senare anslöt sig Ulfs bror Bo till företaget och sedan dess har de utvecklat både företaget och sportbranschen med sina idéer, passion och tävlingslust.

Visionen är att aktivera världen, med den grundläggande synen att alla människor är skapta för fysisk aktivitet och att hälsa och välmående följer med det. Vår mission är därför att inspirera till ett aktivt liv – för alla. Vi fullföljer vår mission genom vår affärsidé: att erbjuda sport och sportmode för alla och skapa förutsättningar för fler att leva ett aktivt liv.

Med åren har företaget växt, genom nya affärskoncept och expansion till flera länder. Men oavsett var vi verkar är grunden för hur vi arbetar alltid våra värderingar, som utgör vårt DNA. Det är en stark och genuin värdegrund som genomsyrar hela Stadium och som växt fram ur familjens sätt att leda och utveckla företaget.

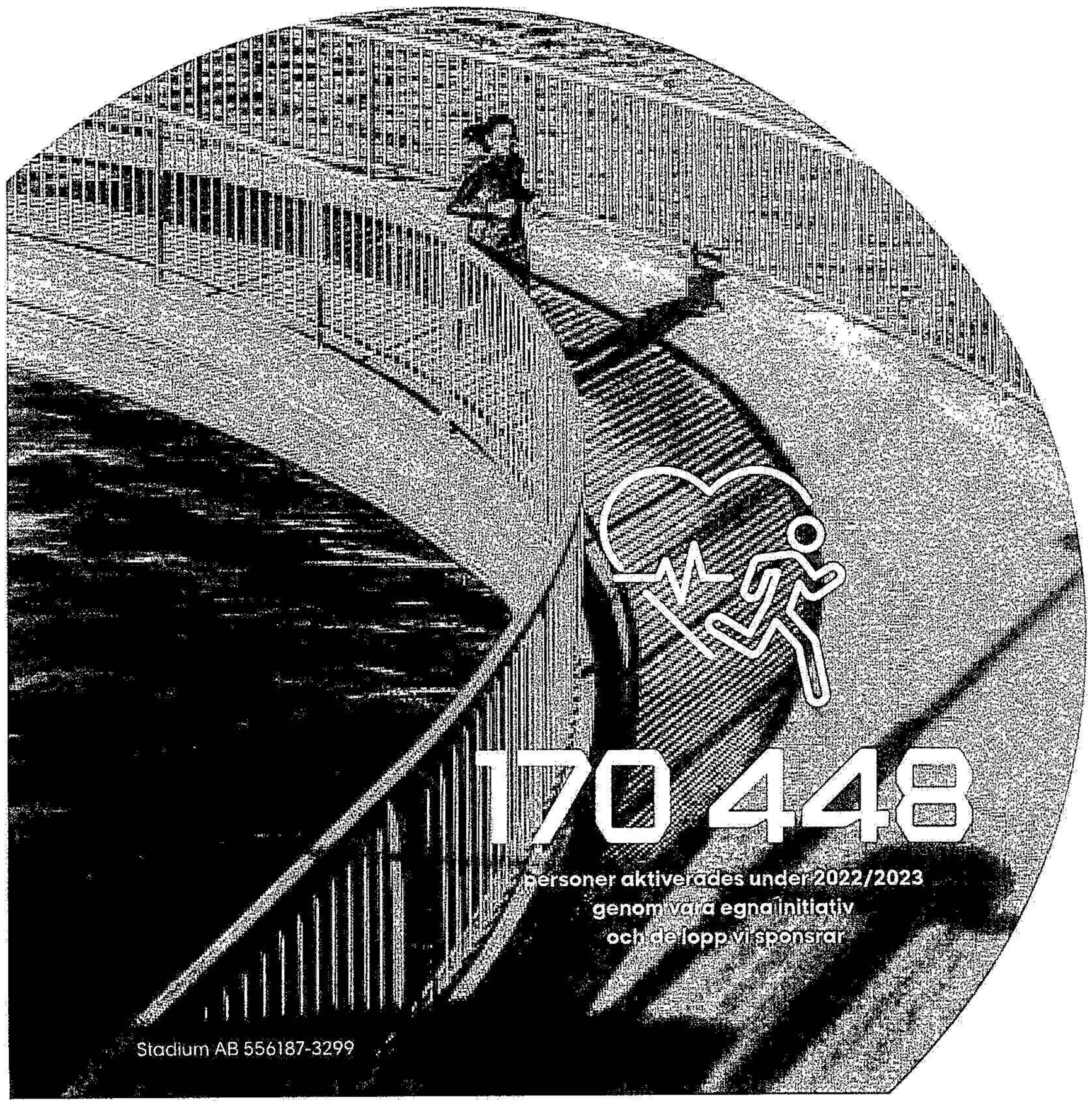




2024013005439

Året i siffror.

Vi summerar ett utmanande verksamhetsår där vi fortsätter att visa starka siffror!



NYCKELTAL

Valuta i SEK, belopp i tkr	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Nettoomsättning	7 508 674	7 100 667	6 955 711
Rörelseresultat	223 175	487 642	610 068
Rörelsemarginal, %	3,0 %	6,9 %	8,8 %

3 683
antal anställda

87%
av våra medarbetare är stolta över att arbeta hos oss

139 075 742
antal kunder under verksamhetsår 2022/2023

9
nyöppnade butiker under 2022/2023

192
antal fysiska butiker, verksamma på 9 marknader

4 938 434
medlemmar

Andel egna varumärken som är producerade på ett hållbart sätt har sedan föregående verksamhetsår ökat med

15,9 procentenheter

Koncernens Net Promoter Score (NPS)

59 hur troligt det är att en kund hos oss skulle rekommendera andra att köpa från oss

Koncernens Employee Net Promoter Score (eNPS)

61 hur troligt det är att en anställd skulle rekommendera Stadium som arbetsplats

2024013005440

Vd-ord

Ett vinnande lag!



Det har varit ett turbulent år och ett ekonomiskt läge som blivit alltmer pressat. Hög inflation och stigande räntor har resulterat i minskad köpkraft och ökade kostnader. Minskad konsumtion i kombination med höga lagernivåer hos många spelare i branschen har lett till ökad prispress. Vi har behövt agera snabbt för att möta en alltmer aggressiv prisbild på marknaden och för att hantera våra egna lagersaldon, samtidigt som våra omkostnader har ökat med inflationen.

Under dessa tuffa omständigheter har vi ändå lyckats växa som företag. Vi har haft en försäljningstillväxt på nästan sex procent och vi har lyckats nå en rörelsemarginal på tre procent. Vi fortsätter att sätta barn och vuxna i rörelse och under året har vi aktiverat över 170 000 människor! Detta genom våra egna initiativ som exempelvis Stadium Sports Camp, där tusentals barn och ungdomar möts i gemenskap, idrottar och skapar minnen för livet. Men också genom de lopp vi sponsrar, som Vasaloppet, Lidingöloppet och Naisten Kymppi. Vi har därtill minskat vårt klimatavtryck jämfört med vårt basår och vi har fortsatt väldigt fina resultat i vår medarbetarundersökning. Det är just våra medarbetare jag är extra stolt över detta år: tillsammans har vi tacklat utmaningar från omvärlden utan att tappa vårt långsiktiga fokus. One team One Stadium!

Uppnådda mål

Vi har som sagt haft ett utmanade verksamhetsår men har ändå lyckats uppnå viktiga milstolpar.

Under året har vi öppnat nio nya butiker i Norden, gått in på nya marknader med våra egna varumärken SOC och Everest samt lanserat vårt eget uthyrningskoncept Stadium Rental. Vi har möjliggjort för kunder att reservera en produkt och hämta upp i butik, vilket är ytterligare ett av flera steg i vårt pågående arbete att än mer sy samman den fysiska kundresan med den digitala.

Vi har som mål att 80 procent av vår tillverkning (Tier 1) ska ske på fabriker med social gradering A+B. För verksamhetsåret 2022/2023 landade vi på 81 procent. Vi ser ett ökat engagemang för hållbarhet hos våra leverantörer och vid vårt senaste besök i våra bengaliska fabriker blev vi positivt överraskade av den snabba utveckling som skett sedan vi senast var där. Vår inställning är att vi ska ha långsiktiga affärsrelationer med fabriker som delar vår vilja att ständigt förbättra sig.

Vårt Arbetsmiljöindex från vår medarbetarundersökning landar på 85, vilket är i linje med vår målbild och något vi arbetar för att bibehålla och utveckla. Utifrån den riskanalys vi gjort finner vi att de största riskerna för vår personal finns inom området arbetsmiljö och säkerhet. Det är därför viktigt för oss att vi driver ett framgångsrikt systematiskt arbetsmiljö- och säkerhetsarbete med målet att alla våra medarbetare ska känna sig trygga och ha rätt förutsättningar för att kunna prestera och trivas. För det är när vi har en stabil grund vi kan prestera som ett lag, och det är vi tillsammans som gör Stadium till ett vinnande lag. Utan alla medarbetares prestation, kompetens, kunskap och energi hade vi inte varit där vi är idag.

Stadiums klimatarbete

Vi har ett ambitiöst mål om att minska vårt totala klimatavtryck med 50 procent till 2030. För att nå detta mål har vi ett högt engagemang i organisationen och stort fokus på aktiviteter och utveckling.

Resultatet för verksamhetsår 2022/2023 visar att vi minskat vårt totala klimatavtryck med 16 procent jämfört med vårt basår 2017/2018. Under samma period har vi haft en ekonomisk tillväxt på 34 procent. Det arbete vi gör visar att det är möjligt att minska klimatavtrycken samtidigt som vi växer som företag. En ökad andel mer hållbara material och mer klimat-

20240130054441

smart produktion har haft stor effekt på målet att minska våra klimatavtryck, och även den mix av sortiment som vi erbjuder har haft betydande påverkan. Vi är dock medvetna om att vi har ett gediget arbete kvar för att lyckas ställa om och minska verksamhetens klimatutsläpp i linje med vårt långsiktiga mål. Det här är ett arbete som kantas av utmaningar där vi tillsammans med branschen i stort behöver finna innovativa lösningar.

Utmaningar och arbetet framåt

Trots utmaningar har vi alltså lyckats bidra till positiv utveckling för både människa och miljö. Ska vi fortsätta att långsiktigt vara starka som företag behöver vi driva våra verksamheter utifrån ett helhetsperspektiv. Med det sagt så är vi medvetna om att vi fortfarande har mycket arbete kvar för att uppnå våra uppsatta mål. De strategier och planer vi satt inom ramen för hållbarhet på lång, medellång och kort sikt fortsätter att guida oss i det arbetet. Jag ska inte säga att det är ett enkelt arbete. Vi stöter på målkonflikter och innovationsgap, vi har utmaningar med tillgång till korrekt ESG-data och utmaningar med att säkra spårbarhet genom hela värdekedjan, vi behöver hantera nya frågeställningar som sträcker sig tvärfunktionellt över koncernen, vi och branschen i stort saknar erfarenhet för hur omställningen ska gå till. Det är kort sagt komplext.

Därtill ser vi hur landskapet för hållbarhet förändras i och med den delvis påbörjade implementeringen av de flertalet EU-direktiv inom ramen för hållbarhet som tillkommit under den senaste tiden. Att hållbarhet går mot ökad transparens och med högre kravställning ser vi som positivt. Vi har påbörjat arbetet med anpassning mot kommande lagkrav på strategisk, taktisk och operativ nivå. Vi sätter hållbarhet högt på agendan där vi, tillsammans med våra partners, leverantörer och i våra samarbeten, aktivt arbetar för att möta dessa utmaningar.

Vi aktiverar världen!

Jag vill avsluta med att uppmärksamma varför vi en gång startade: Stadium finns till för att inspirera alla till ett aktivt liv. Vi ska fortsätta att aktivera människor, samtidigt som vi ska driva våra verksamheter utifrån ett helhetsperspektiv. Det är inte en one man show utan ett arbete vi gör tillsammans. Jag vill tacka våra fantastiska medarbetare, leverantörer och partners för det arbete som har gjorts där vi trots förändrade marknadsförutsättningar har fortsatt att driva vår vision om att inspirera och underlätta för människor att leva ett aktivt liv.

Karl Eklöf
CEO Stadium Group

Ska vi fortsätta att långsiktigt vara starka som företag behöver vi driva våra verksamheter utifrån ett helhetsperspektiv.

20240130054442

Strategi och verksamhet.



20240130054443

Makrotrender.

Omvärlden genomgår ständiga förändringar och utvecklingen påverkar både samhället och näringslivet. För att kunna anpassa oss till dessa förändringar är det viktigt för oss som företag att förstå makrotrenderna och den inverkan de kan ha på de verksamheter vi driver.

Hälsa

Hälsa har blivit en central punkt i våra liv. Människor lever allt längre, strävar efter välmående och söker aktivt efter produkter och tjänster som främjar hälsosamma livsstilar samtidigt som ohälsan ökar i världen. Den ökande medvetenheten om vikten av hälsa kan därmed fungera som en katalysator för innovation inom flera olika branscher. Högre efterfrågan på hälsosamma produkter och tjänster driver företag att utveckla innovativa lösningar och teknologier för att möta behoven hos en hälsomedveten befolkning. Hälsa är därmed inte längre att betrakta som en sektor i sig, utan en innovationsdrivande aspekt som integreras i allt från livsmedelsindustrin till teknik.

Kunders ökade behov och intresse för hälsa möjliggör innovation av produkter, tjänster och aktiviteter för Stadium. Vi ser också att sämre hälsa i samhället på grund av för låg aktivitetsnivå gör att vi behöver vara inkluderande för att inspirera fler till rörelseglädje.

Digitalisering

Den digitala omvandlingen fortsätter i ökad takt och påverkar alla aspekter av vår vardag och näringslivet. Artificiell intelligens och Internet of Things har revolutionerat hur vi arbetar, kommunicerar och handlar. Företag behöver ständigt utvecklas med digitaliseringen för att förbli konkurrenskraftiga och möta kundernas förväntningar på smidiga, anpassningsbara och snabbt tillgängliga produkter och tjänster.

En mer digital kund och fler digitala tjänster skapar möjligheter för oss att tillgängliggöra ett bredare sortiment och en ökad service till fler människor när som helst under dygnet. Men det ökar samtidigt förväntan på transparens kring vår affär och behovet av att kunna försäkra våra kunder om vi hanterar deras personuppgifter på bästa sätt och att de kan vara trygga hos oss.

Globalisering

Världen har blivit mer sammanlänkad vilket möjliggör för företag att nå en global marknad. Detta medför även ökad konkurrens och krav på att förstå och anpassa sig till olika kulturer och marknadsförutsättningar. Samtidigt står vi inför globala utmaningar och händelser som exempelvis klimatförändringar och säkerhetsfrågor. Dessa aspekter påverkar företagens värdekedja där den enskilda aktören, som en del av den sammanlänkade värld vi befinner oss i, har liten möjlighet att påverka och därmed blir mer sårbar.

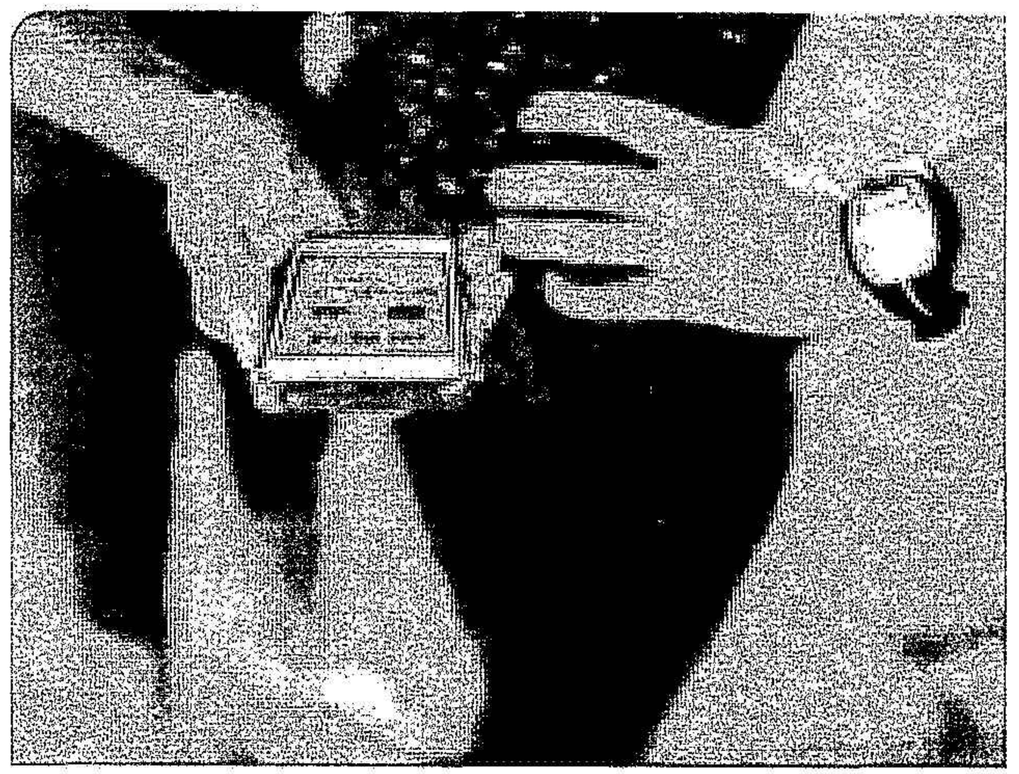
För Stadiums del innebär globaliseringen exempelvis att kundgruppen förändras med ökad invandring och att det blir enklare att expandera verksamheten på nya marknader, men också en ökad sårbarhet på grund av potentiella konflikter i världen. Dessa konflikter har en påverkan på transporter och tillverkning av varor, men också på råvaru- och energipriser. Faktorer som dessa måste vi ta hänsyn till i vårt arbete för en långsiktig hållbar verksamhet.

Hållbarhet

Hållbarhet är ett område i transformation som påverkar företag, regeringar och samhällen över hela världen. Det handlar bland annat om att ompröva vårt sätt att producera och konsumera för att säkerställa en mer balanserad och hållbar framtid för planeten och dess invånare, liksom att säkerställa social rättvisa och mänskliga rättigheter. Med både ökad medvetenhet om miljöutmaningar och sociala frågor, och lagstiftning inom området, har hållbarhet blivit en aspekt för både konsumenter och företag att aktivt förhålla sig till.

Cirkulär ekonomi är ett centralt område i transformationen mot hållbar utveckling. Samhällen och näringsliv behöver ställa om från ett linjärt agerande till ett cirkulärt, där resurser ska användas, återanvändas och återvinnas, i stället för att utvinnas, tillverkas, användas och sen kastas. En cirkulär produkt, cirkulära affärsmodeller och mer hållbar konsumtion är områden Stadium arbetar med för att möta denna utveckling.

Sammanfattningsvis är dessa fyra makrotrender – hälsa, digitalisering, globalisering och hållbarhet – sammanflätade och påverkar vår omvärld på ett djupgående sätt. Om vi lyckas balansera dessa trender och integrera dem i våra strategier ser vi oss ha bättre förutsättningar för att vara rustade att möta framtidens utmaningar och möjligheter.



20240130054444

Strategi.

På Stadium brinner vi för rörelse, i stort som smått. Vår vision är att aktivera världen – och precis som vi människor behöver vara i balans måste även vår miljö vara det. Ledstjärnan för all vår verksamhet är att det ska råda balans mellan sociala, miljömässiga och ekonomiska aspekter. Med den utgångspunkten kan vi långsiktigt sätta världen i rörelse!

Vårt strategiska fokus

Stadium har tagit fram tre övergripande mål. Vi ska vara den självklara destinationen för alla som vill leva ett aktivt liv, vi ska ha Nordens mest stolta och passionerade medarbetare och vi ska driva en verksamhet med hållbar tillväxt och långsiktig lönsamhet. Dessa är inte bara våra interna mål utan ringar även in hur vi vill betraktas/vara som aktör.

Målen gäller för hela koncernen och skapar en gemensam målbild för vart vi ska. Med olika verksamhetsområden och affärsmodeller vill vi sprida risker, ta tillvara på synergieffekter och möjliggöra för fler att leva ett aktivt liv. Vårt sortiment är centralt för vår framgång, liksom att vi har ett skalbart logistikflöde i framkant, ett starkt varumärke, säljkanaler som finns där kunden finns med kundupplevelsen i fokus, samt medarbetare som är delaktiga, har rätt kompetens och som bidrar till utveckling och förflyttning i en unik företagskultur.

Vägen mot våra mål

Vårt hållbarhetsarbete handlar om hur vi ska ta oss mot våra mål där miljömässiga, sociala och finansiella aspekter ska inkluderas i hur verksamheten drivs. Vi ska aktivera världen, idag och imorgon. Det innebär att vi ska arbeta med att stärka den positiva påverkan vår verksamhet har på människa och samhälle, samtidigt som vi arbetar för att eliminera eller minimera negativ påverkan på miljön och undvika eller hantera de risker som följer med den verksamhet vi driver. Arbetet med detta presenteras i avsnittet Hållbarhetsredovisning och Hållbarhetsnoter.

FN:s Globala mål

FN:s Globala mål visar den gemensamma riktningen för hållbar utveckling. Dessa mål har haft en betydande roll för att definiera hur vi ska prioritera i vårt hållbarhetsarbete och i vårt arbete mot våra mål. Utifrån Stadiums verksamhet har vi identifierat åtta av FN:s 17 globala mål där vi har störst möjlighet att påverka utvecklingen. Våra mest väsentliga hållbarhetsaspekter har alla en koppling till FN:s Globala mål.



Våra övergripande mål

- **Vara den självklara destinationen i Norden för alla som vill leva ett aktivt liv**
- **Hållbar tillväxt och långsiktig lönsamhet**
- **Nordens mest stolta och passionerade medarbetare**

2024013005445

Verksamhet.

Stadiumkoncernen delas in i tre verksamhetsområden: försäljning i butik och via e-handel, uthyrning av sportprodukter, samt vårt verksamhetsområde för att sätta människor i rörelse där vi aktiverar barn och vuxna tillsammans med partners och genom egna initiativ.

Stadium Group

Försäljning

stadium

Stadium är det ursprungliga konceptet där vi erbjuder sport och sportmode för alla. I syfte att inom ett antal kategorier erbjuda djupare expertis och spets i sortiment finns dessutom specialistbutiker för löpning och vintersport, Stadium Run och Stadium Ski. Dessa butiker bemannas av särskilt kunnig personal för att tillgodose behovet av specialistkompetens.

Stadium säljer inköpt sortiment från externa varumärken och producerar och säljer även under egna varumärken. De egna varumärkena är SOC, Everest, Occano, Warp, Race Marine, Stadium, Revolution samt Contra. Stadium har butiker och försäljning via e-handel i Sverige och Finland. Varumärkena SOC och Everest säljs på totalt åtta marknader inom Europa, via egna e-handelssidor samt via andra aktörers marknadsplatser.

stadium OUTLET

Stadium Outlet etablerades 2009 och erbjuder sportartiklar och sportmode till lågpris. Inom Stadium Outlet säljer vi inköpt sortiment från externa varumärken, produkter via licenssamarbeten, sortiment från Stadiumverksamheten samt producerar och säljer egna varumärken. De egna varumärkena är Ski Industries, Take Off och Four D. Stadium Outlet finns som butik och e-handel i Sverige, Finland och Norge.

Marknadsplatser

Via Stadium och Stadium Outlets hemsidor driver vi marknadsplatser där externa varumärken kan sälja sport- och sportmode via våra plattformar. Våra marknadsplatser verkar på den svenska och finska marknaden.

Sedan 2023 säljer vi våra egna varumärken SOC och Everest via andra aktörers marknadsplatser på den europeiska marknaden.

stadium Team Sales

Stadium Team Sales är vår organisation som förmedlar profilkläder till cirka 1300 föreningar i Sverige och Finland. Att arbeta nära föreningslivet är en viktig grund i vår mission att inspirera till ett aktivt liv. För att kunna erbjuda produkter som direkt kan användas till nästa träning eller match driver och bemannar vi ett eget tryckeri i Norrköping.

Uthyrning

stadium Rental

Hösten 2022 öppnade vi vår första Stadium Rentalbutik. Denna finns i Åre och erbjuder uthyrning av sportprodukter, inledningsvis med fokus på alpin- och snowboardutrustning.

Stadium Rental expanderar och vintersäsongen 2024 öppnar vi en butik för uthyrning även i Sälen.

Aktivera världen

Egna initiativ och samarbeten

Vi driver våra egna initiativ och samarbetar med organisationer och aktörer som delar våra värderingar. Tillsammans arbetar vi för mer aktivitet och rörelse.

stadium SPORTS CAMP | STADIUM NIGHT RUN | stadium FOUNDATION

Föreningssponsring

Att samarbeta med sportklubbar och föreningar i Norden är för oss ett sätt att bidra till vår vision att aktivera världen.

Partner- och sponsorskap

Tillsammans med flera av Nordens allra största lopp för aktivitet och rörelse inom bland annat löpning, cykling och skidåkning verkar vi för att inspirera till rörelse och gemenskap.

Läs mer om våra samarbeten och initiativ på sid 20-25.

Av de produkter Stadiumkoncernen säljer finns inga listade som förbjudna på marknaden. De har inte heller varit föremål för intressenters oro eller offentlig debatt.

2024013005446

Värdeskapande affärsmodell.

Stadiums värdeord, vårt DNA.

Energi | Passion | Laganda | Enkelhet | Innovation

Mission: Inspirera till ett aktivt liv för alla **Vision:** Aktivera världen

Våra resurser

- Kompetenta och passionerade medarbetare
- Våra medlemmar
- Finansiellt kapital
- Långsiktiga affärsrelationer
- Starkt varumärke
- Fysiska butiker och e-handel
- Egna varumärken
- Eget tryckeri

Vad vi gör

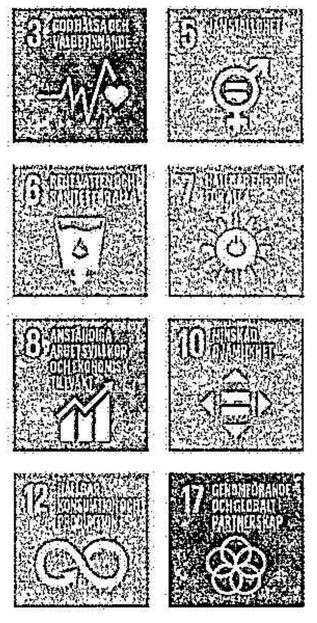
- Försäljning av sport- och sportmode
- Uthyrning av sportprodukter
- Aktiverar barn och vuxna i samarbete med partners och genom egna initiativ

Vårt strategiska fokus

- Den självklara destinationen i Norden för alla som vill leva ett aktivt liv
- Hållbar tillväxt och långsiktig lönsamhet
- Nordens mest stolta och passionerade medarbetare

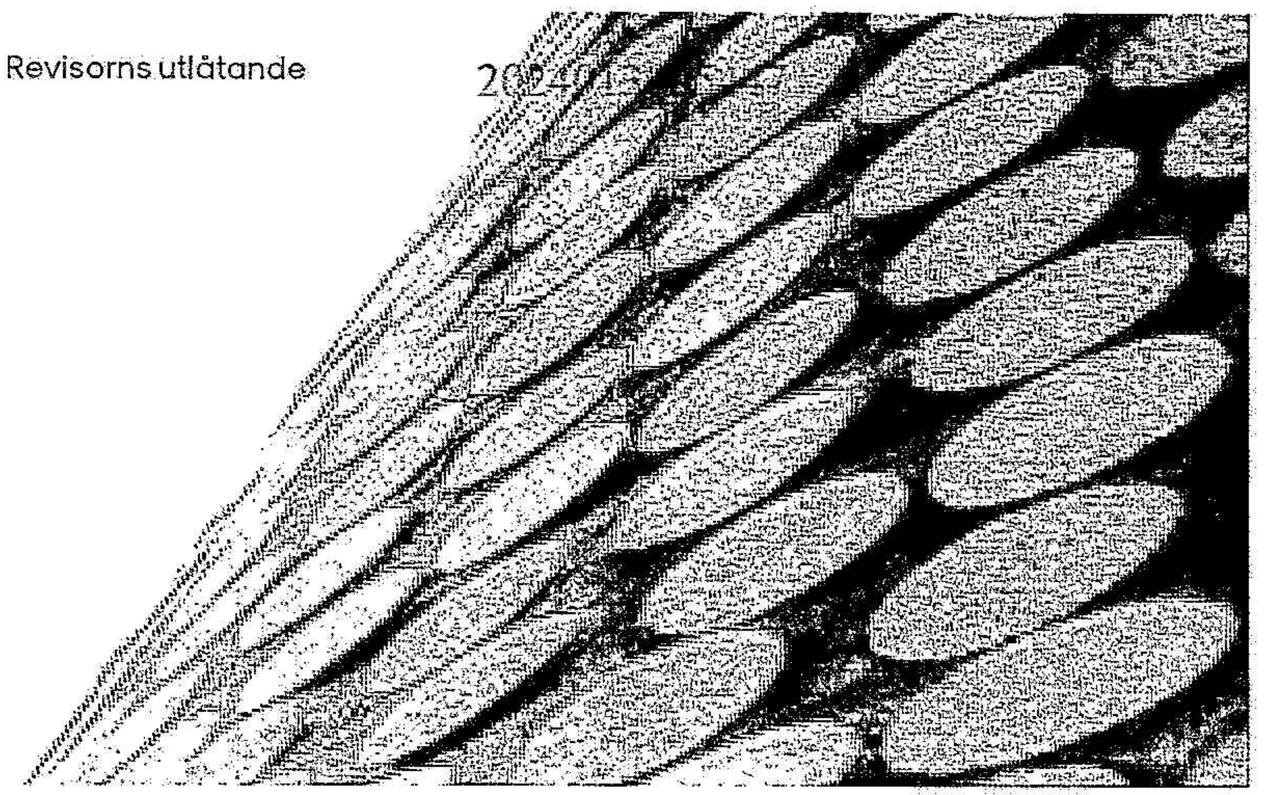
Vad vi verkar för

- Minska stillasittande, öka hälsa och välbefinnande
- Jämlik idrott
- Rörelseglädje för barn och ungdomar
- Minska klimatavtryck och negativ påverkan på miljön
- Öka cirkulära flöden
- Ansvarsfull tillverkning
- En trivsam och trygg arbetsmiljö
- En inkluderande arbetsplats
- En företagskultur som speglar våra väreringar



Affärsidé: Stadium Group säljer sport- och sportmode genom drivkraften att inspirera till en aktivare värld

Värdekedja.





Stadiums värdekedja sträcker sig från utvinning av råmaterial till att slutligen landa vid förbränning eller deponi. Vår målsättning är att produkten ska produceras på ett mer hållbart sätt, den ska användas länge och ofta, återanvändas och återvinnas – det vill säga leva hela sin tilltänka livslängd. Vi arbetar aktivt för att den linjära processen ska bli mer cirkulär och för att göra det enklare för kunden att agera mer hållbart.

All verksamhet inom vår värdekedja ska drivas med hänsyn tagen till miljö, djuromsorg, ekonomiska aspekter, samhälle, arbetsrätt, mot korruption samt för mänskliga rättigheter. Detta gäller både de aktiviteter vi själva driver och i de samarbeten, medlemskap och partnerskap där vi ingår.

Vår värdekedja består av många olika parter, exempelvis produktleverantörer, transportdistributörer, externa varumärken, fastighetsägare, medarbetare, kunder, systemleverantörer, avfallshanterare och så vidare. Det är genom samverkan med alla dessa parter som vi kan arbeta för mer cirkulära flöden. Vi har alla olika roller i den omställningen men för att lyckas måste vi ha en gemensam målbild, varför vi strävar efter långsiktiga relationer där hållbar utveckling är en given del av agendan.



Hållbarhets-redovisning.

2024013005449

Vårt hållbarhetsarbete.

För att veta hur vi ska prioritera vårt hållbarhetsarbete genomför vi kontinuerligt en väsentlighetsanalys.

Analysen innebär att vi identifierar vilka hållbarhetsaspekter som är mest relevanta för vår specifika verksamhet, vilka risker som finns kopplade till vår verksamhet, hur vi påverkar vår omgivning, hur vår omgivning påverkar oss och, slutligen, vad våra intressenter anser. Den senaste väsentlighetsanalysen för Stadiums verksamhet genomfördes hösten 2021 och de väsentliga hållbarhetsaspekter som denna analys resulterade i har inte ändrats sedan föregående års hållbarhetsrapport.

Under verksamhetsåret 2023/2024 kommer vi att genomföra en dubbel väsentlighetsanalys enligt European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Utfallet från denna dubbla väsentlighetsanalys kommer sedan att ligga som grund för framtida rapportering.

Risker

Riskanalysen har genomförts genom analys av värdekedjan utifrån risker rörande mänskliga rättigheter, personalfrågor, sociala förhållanden, miljö och antikorruption. Riskerna för de olika hållbarhetsaspekterna har identifierats och kartlagts utifrån var i värdekedjan de skulle kunna inträffa, sannolikhet att de inträffar samt konsekvenser om de inträffar. Detta underlag ger oss en översiktsbild som visar var i värdekedjan vi har störst risker, vilket är i vår leverantörskedja.

Att hantera dessa risker handlar till stor del om hur vi arbetar med våra leverantörer. Våra grundläggande krav gentemot leverantörer framgår av vår Uppförandekod och vår Affärsetiska kod. Vi har även ett samarbete med ELEVATE som kontrollerar att våra leverantörer lever upp till vår kravställning.

För personalen är våra största risker hot och kränkningar från kund samt händelser i samband med varuhantering på våra lager. För att minimera riskerna har vi infört en rad åtgärder, bland annat utbildning, larmanordningar och andra skyddsåtgärder.

Påverkan

Utfallet från den påverkansanalys vi har genomfört kan sammanfattas enligt följande:

Stadiums potentiella påverkan på hållbarhetsaspekter

- De hållbarhetsaspekter som Stadium har störst påverkan på handlar framför allt om leverantörskedjan, miljö och arbetsvillkor.
- Stadiums största miljöpåverkan förekommer i leverantörskedjan. Genom att arbeta med miljöaspekter genom hela värdekedjan kan Stadium ha en påverkan på miljön. Detta gäller exempelvis aspekter som vattenanvändning, växthusgasutsläpp och användning av kemikalier.
- Stadium köper varor från länder där arbetsvillkor kan vara bristande. Genom att arbeta med sociala aspekter i leverantörskedjan kan Stadium ha en påverkan på förhållanden för människor som arbetar i leverantörskedjorna.

Hållbarhetsaspekters potentiella påverkan på Stadium

- Medarbetare är en viktig resurs för verksamheten. Medarbetarnas välmående och trivsel på arbetsplatsen, tillsammans med jämställdhet, jämlikhet och icke-diskriminering, påverkar Stadiums möjlighet att uppnå långsiktiga mål.
- Säkra och giftfria produkter har en hög påverkan på miljö, människa och samhälle och påverkar Stadium som varumärke.

Intressentdialoger

I slutet av verksamhetsåret 2020/2021 skickade vi ut en enkät till våra nyckelintressenter. Dessa har identifierats utifrån deras påverkan på oss som företag och den påverkan vår verksamhet har på dem.

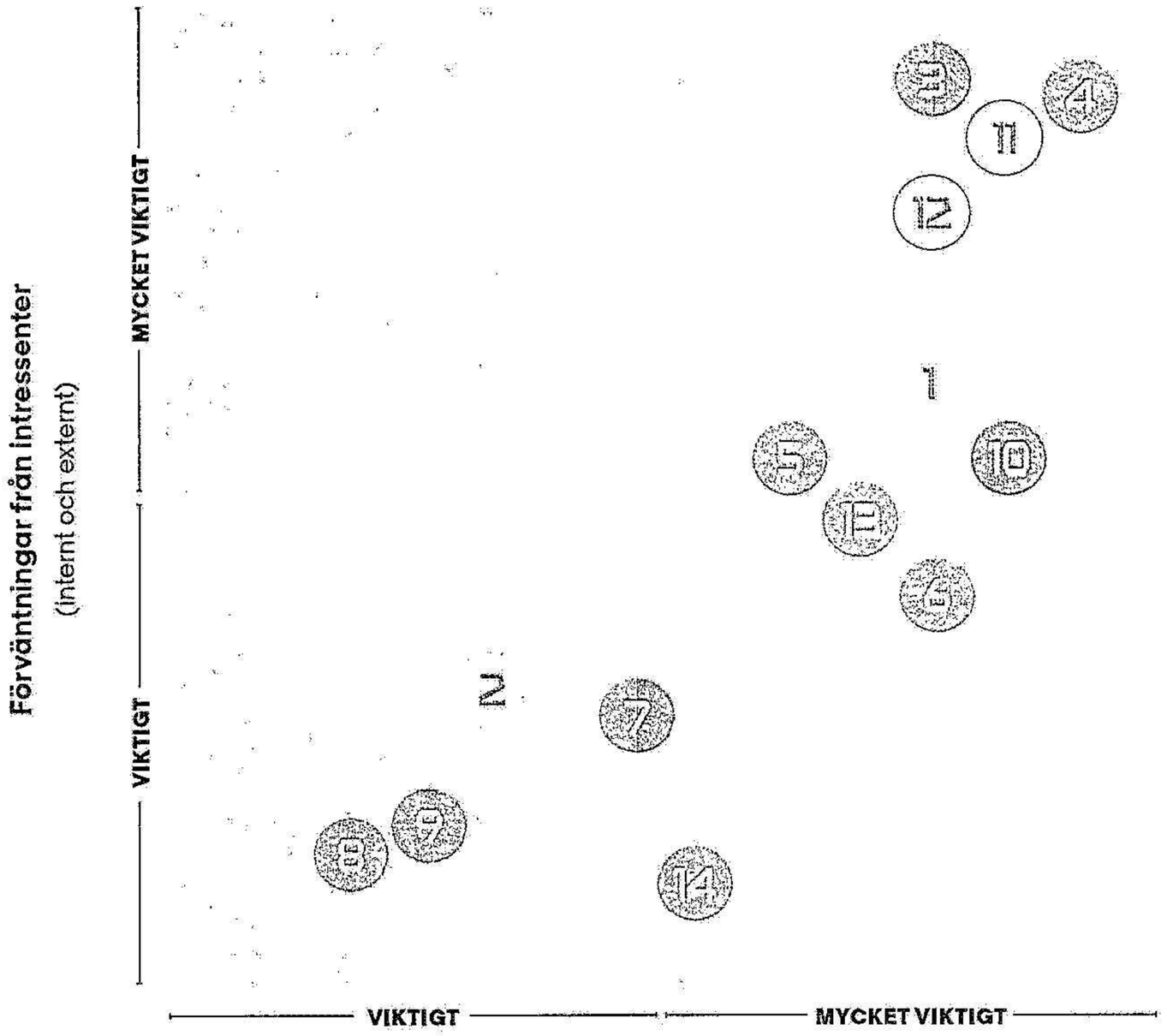
I enkäten fick intressenterna möjlighet att ge feedback på hur de vill att vi ska prioritera vårt hållbarhetsarbete, detta genom slutna frågeställningar men med möjlighet att lämna fritextsvar. Totalt fick vi 832 svar. Vi har därtill genomfört intervjuer med koncernledningen samt använt oss av feedback från dialoger som förts under årets gång. Dessa dialoger har bland annat genomförts i form av kundmöten i butik eller via vår kundservice, olika möten med partners, leverantörer, medarbetare, styrelse och koncernledning.

Se hållbarhetsnot H2 för ytterligare information.

2024013005450

Väsentliga hållbarhetsaspekter.

Utifrån risk- och påverkansanalys och intressentdialoger framkommer vilka hållbarhetsaspekter som är mest väsentliga för Stadium att arbeta med. Dessa aspekter kopplar vi till FN:s Globala mål, den vedertagna agendan för hållbar utveckling. Därigenom får vi en tydligare bild av våra prioriteringar i vårt hållbarhetsarbete och hur de bidrar till att uppnå dessa mål.



Activate the World.

1 Säkra och giftfria produkter
2 Samhällsengagemang

Support the Earth.

3 Leverantörer som är kontrollerade och certifierade utifrån sociala, miljömässiga och etiska kriterier
4 Klimat- och resurseffektiv användning av vatten, energi och kemikalier genom hela värdekedjan
5 Klimat- och resurseffektiva transporter och förpackningar
6 Cirkulära processer; från design och material till återvinning och återanvändning
7 Spårbara material i leverantörskedjan
8 Påverkan på biologisk mångfald
9 Butiker och butiksmaterial som är klimat- och resurseffektiva

Workers in the Value Chain.

3 Leverantörer som är kontrollerade och certifierade utifrån sociala, miljömässiga och etiska kriterier
7 Spårbara material i leverantörskedjan
10 Rättvisa arbetsvillkor och inget barnarbete och tvångsarbete i tillverkningen

Passionate Employees.

11 God arbetsmiljö, säkerhet och trivsel på arbetsplatsen
12 Jämställdhet, mångfald & ingen diskriminering på arbetsplatsen

Ansvarsfullt företagande.

13 Transparent hållbarhetskommunikation om vårt arbete och våra produkter
14 Ansvarsfull marknadsföring/stark kundintegritet/effektivt antikorruptionsarbete

2024013005451

Styrning och riktlinjer.

Styrning och ansvarsfördelning

Att arbeta hållbart innebär för oss att sociala, miljömässiga och ekonomiska aspekter inkluderas både vid beslutsfattande på strategisk nivå och i det dagliga arbetet.

Integrerat hållbarhetsarbete

För att få dessa aspekter levande i verksamheten har vi valt att integrera hållbarhetsarbetet i hela organisationen. Målet är att respektive avdelning ska driva arbete som bidrar till våra hållbarhetsmål. För att respektive avdelning ska kunna bidra till våra övergripande mål behöver de rätt förutsättningar. Därför arbetar vi med att internt kommunicera våra mål och de initiativ vi driver inom organisationen för att bidra till att uppfylla dessa. Med större inblick i det arbete som pågår är det enklare att se hur den egna avdelningen kan bidra.

Vi arbetar också med att utbilda våra medarbetare genom att höja kompetensen kring hållbarhet. Kommunikation och utbildning är viktiga verktyg för att det integrerade hållbarhetsarbetet ska fungera i praktiken. Med ett integrerat arbetssätt säkerställer vi långsiktighet i arbetet samt att alla arbetar mot gemensamma mål.

Ansvarsfördelning

Det yttersta ansvaret för att Stadiums verksamhet styrs med hänsyn tagen till ekonomiska, miljömässiga och sociala aspekter ligger hos styrelsen. Styrelsen har i sin tur delegerat ledning och styrning av detta till koncernledningen. Koncernledningen har fastställt hållbarhetsmål som kontinuerligt följs upp. För våra klimatmål följer vi upp utfallet årligen, för nyckeltal inom områdena medarbetare, det aktiva livet, ansvarsfull tillverkning och business conduct har vi möjlighet att vid flera tillfällen under året följa upp status och agera därefter.

HR & Sustainability Director är ansvarig för att strategier och mål inom områdena miljö, socialt och medarbetare följs upp och anpassas efter nya lagkrav, förändringar i verksamheten, förändringar i omvärlden med mera. Tillsammans med koncernledningens alla medlemmar, och medarbetare med delegerat ansvar inom hållbarhet, utvecklas och uppdateras mål, policyer, strategier och ställningstaganden till att vara i linje med en hållbar utveckling. Styrelsen uppdateras kvartalsvis med status i hållbarhetsarbetet samt årsvis med utfall på våra hållbarhetsmål.

Hållbarhetsforum

Hållbarhetsrådet är upprättat för att hållbarhetsarbetet ständigt ska vara under utveckling och uppdaterat utifrån omvärldsbevakning och interna lärdomar. Rådet sammanträder två gånger per år och leds av HR & Sustainability Director. I rådet ingår även koncernledningen samt medarbetare med delegerat ansvar inom områdena miljö och/eller socialt.

Delegerade ansvarsområden följs kvartalsvis upp i tvärfunktionella forum: Support the Earth (inkluderar Workers in the Value Chain), Activate the World och Passionate Employees. Området Ansvarsfullt företagande inkluderas i respektive tvärfunktionellt forum. Forumen syftar även till att finna synergier och samarbeten som sträcker sig över hela organisationen, samt till att säkerställa intern information. De tvärfunktionella forumen leds av Sustainability Governance & Reporting Manager.

Riktlinjer och styrdokument

Vi ska vara en schysst spelare för alla som påverkas av vår verksamhet. Förutom att vi följer lagar och regler har vi satt upp policyer och styrande dokument som stödjer oss i vårt arbete för hållbart företagande.

Dessa policyer och styrande dokument godkänns av ansvarig chef för respektive område och ses över årligen eller oftare vid behov. Rutinerna för godkännande av policyer uppdateras under kommande verksamhetsår. Våra policyer och styrande dokument omfattar alla medarbetare och guidar dessa att följa verksamhetens strategier för ett hållbart företagande.

De största riskerna finns uppströms i vår värdekedja. Vi har två styrdokument som tydliggör vår värdegrund och våra krav gentemot våra leverantörer:

- **Uppförandekod** som beskriver Stadiums ställningstagande för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö, antikorruption och djuromsorg.
- **Affärsetisk kod** som ytterligare förstärker och beskriver vårt förhållningssätt i affärsrelationer med nolltolerans mot mutor och korruption, samt speglar vår interna lojalitetsförbindelse.

För våra medarbetare har vi olika policyer som reglerar hur vi agerar inom olika områden. Vi har även ett styrande dokument, The Stadium Way, som används för att motverka korruption bland våra anställda och som inkluderar lojalitetsförbindelse till företaget. Sedan vi hösten 2020 implementerat ett nytt personalsystem skrivs dokumentet på vid anställningstillfället. Chefer på Stadium har ett ansvar att säkerställa att deras team känner till våra policyer och agerar efter dem. Som hjälp utbildas chefer och medarbetare i dessa styrdokument via vår utbildningsplattform. Dokumenten finns tillgängliga på vårt intranät och vid frågor finns kontaktperson för respektive policy att vända sig till.

Vi följer upp efterlevnad och resultat av våra policyer och styrande dokument, bland annat genom: inspektioner i produktion, medarbetarsamtal samt anonyma medarbetarundersökningar.

2024013005452

Ansvarsfullt företagande.

Som företag ska vi bedriva vår verksamhet ansvarsfullt och vi arbetar därför för att motverka korruption, mutor och oegentligheter. Vi ska förhålla oss transparenta i vår kommunikation och ta ansvar för den marknadsföring vi sänder ut.

Mutor och korruption

Mutor och korruption utgör risker i vår leverantörskedja och kan bland annat leda till felaktiga beslut i val av leverantörer och underleverantörer samt påverka kvalitet och produktsäkerhet. För att klargöra förutsättningarna för alla vi samarbetar med tydliggör vi i vår Affärsetiska kod vi att vi har nolltolerans mot mutor och korruption. Denna kod signeras vid start av samarbete och därefter årligen av produktionsleverantörer. Kodernas efterlevnad följs upp bland annat via inspektioner från oberoende tredje part.

Medarbetare signerar i samband med sin anställning styrdokumentet The Stadium Way. I detta tydliggör vi vad vi som företag förväntar oss av anställda gällande att inte utlova, ta emot eller erbjuda belöningar, gåvor eller andra förmåner (materiella, immateriella eller finansiella). Det gäller i alla relationer: mellan anställda, kunder, leverantörer, myndigheter, andra beslutsfattare och affärspartners. Det förtydligas också att medarbetare inte för egen vinning får utnyttja relationer med affärspartners såsom kunder och leverantörer.

Oegentligheter

Vi genomför kontinuerligt oanmälda internrevisioner i våra butiker. Syftet med dessa är att säkerställa att vi följer regler, rutiner och arbetssätt i det dagliga arbetet. Dessa revisioner fokuserar på säkerhet, arbetsmiljö och pengahantering. Utfallet registreras i systemet Falcony och inom två veckor ska eventuella brister eller observationer vara åtgärdade. Regioncheferna ansvarar för uppföljning.

Om individer med koppling till Stadiums verksamhet finner oegentligheter kan de rapportera detta anonymt via vårt visselblåsarsystem. Rapportering via visselblåsarsystemet går via tredje part och om det är aktuellt går ärendet sedan vidare till vår Visselblåsarkommitté. Denna består av HR & Sustainability Director, HR Manager Finland och Head of Security. Visselblåsarkommittén ansvarar för att relevanta beslutsorgan, inkluderat koncernledning och styrelse, blir medvetna om det förekommer strukturella problem som behöver åtgärdas.

Transparent kommunikation

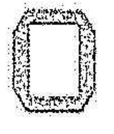
För viktig information till marknaden rörande Stadiums verksamhet skickar vi ut pressreleaser. Vi publicerar årligen vår Års- och hållbarhetsredovisning på vår hemsida, tidigare som separata rapporter men från verksamhetsår 2022/2023 som en enad rapport.

Kommunikationen kring vårt hållbarhetsarbete följer fyra principer

- Kommunikationen ska vara transparent.
  Exempel: Vi för kontinuerligt dialoger kring kommunikationen av vårt hållbarhetsarbete för att fånga upp om det finns uppfattningar om att information saknas eller är svårförståelig.
- Underlag för vad vi kommunicerar ska finnas lättillgängligt.
  Exempel: Vi publicerar vår Års- och hållbarhetsredovisning digitalt på engelska och svenska på Stadiums hemsida. På hemsidan finns även vår hållbarhetssida som informerar om hur vi arbetar inom området. Vi publicerar pressmeddelanden och inlägg på sociala medier om det sker nyheter som kan vara av intresse för allmänheten att ta del av.
- Inom miljöområdet ska vårt fokus i kommunikationen ligga på hur vi kan hjälpa kunden att agera mer hållbart.
  Exempel: Vi förmedlar kunskap om hur kunden förlänger livslängden på en produkt, erbjuder alternativ för att låta produkten leva vidare hos annan ägare, förenklar för kunden att hitta rätt produkt för sina behov.
- Vi vill med vår kommunikation, liksom som med vår mission, inspirera till ett aktivt liv.
  Exempel: Allt vi gör på Stadium har en koppling till det aktiva livet och med förebilder, guider, kunskapsartiklar med mera inspirerar vi fler att aktivera sig.

Ansvarsfull marknadsföring

Stadium ska vara ett inkluderande och transparent företag och det måste speglas i hur vi marknadsför oss. De mediekanaler vi anlitar för marknadsföring måste vara transparenta och ansvarstagande så att vårt varumärke inte visas på ett olämpligt sätt. De modeller och sammanhang vi skapar kommunikation av ska på ett positivt och hälsosamt sätt inspirera till ett mer aktivt liv. Under året har vi, genom vårt medlemskap i Sveriges Annonsörer, engagerat oss i GARM (Global Alliance for Responsible Media) i syfte att verka för transparens i media. Vi har också bjudit in externa experter till diskussion och inspiration för mer inkluderande reklam.



anmälningar i vårt visselblåsarsystem under verksamhetsår 2022/2023



bekräftade fall av korruption och/eller mutor under verksamhetsår 2022/2023

2024013005453

Våra fyra fokusområden.

Styrning och rapportering

Ansvarsfullt företagande

Activate the World

- Minskat stillasittande och ökad hälsa och välbefinnande. Fokus på rörelseglädje för barn och ungdomar samt arbeta för en jämlik idrott.

Support the Earth

- Minskat klimatavtryck
- Minskad negativ påverkan på miljön
- Öka cirkulära flöden

Workers in the Value Chain

- Ansvarsfull tillverkning

Passionate Employees

- En trivsam och trygg arbetsmiljö
- En inkluderande arbetsplats
- En företagskultur som speglar våra värderingar



Activate the World.

Läs mer på sid 19–26



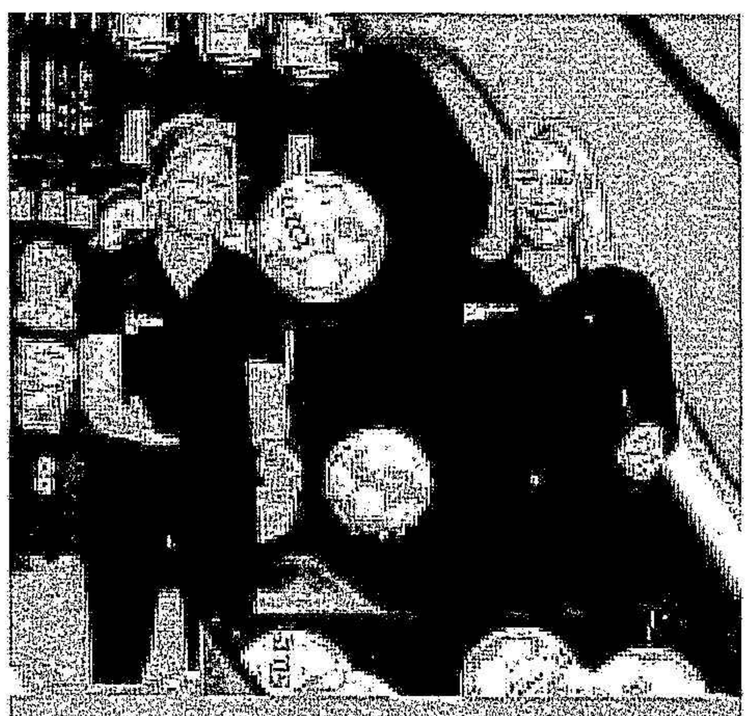
Support the Earth.

Läs mer på sid 27–40



Workers in the Value Chain.

Läs mer på sid 41–46



Passionate Employees.

Läs mer på sid 47–62

Fokusområde:

Activate the World.



2024013005455

Det aktiva livet – för alla.

Activate the World.

Vi vill minska stillasittande och öka hälsa och välbefinnande. Genom att fokusera på rörelseglädje för barn och ungdomar samt arbeta för en jämlik idrott gör vi det aktiva livet tillgängligt för alla.

Stadiums verksamhet grundar sig i vår mission att inspirera till ett aktivt liv för alla. Vår vision att aktivera världen visar oss riktningen. Missionen och visionen ger oss möjligheter att bidra till en hållbar utveckling i form av positiv påverkan på individens personliga hälsa och välbefinnande, samtidigt som vi kan bidra till de samhällsfördelar som följer med det. Att minska stillasittande och öka hälsa och välbefinnande är därför en ledstjärna för oss och är som sagt en möjlighet för oss att skapa positiva värden. I vår strävan mot detta är det viktigt att det aktiva livet är tillgängligt för alla, och därför är jämställdhet och jämlikhet två viktiga ledord i vårt arbete. Vi tror också att goda vanor skapas tidigt i livet och därför har vi ett extra fokus på rörelse för barn och ungdomar.

Hur vi aktiverar

Stadium ska vara den självklara destinationen för alla som vill leva ett aktivt liv. För att bidra till det aktiva livet säljer vi · sport och sportmode. Vi driver också ett flertal egna initiativ som sätter människor i rörelse och genom våra föreningssamarbeten är vi med och stöttar föreningslivet som skapar förutsättningar för barn och ungdomar att röra på sig. Därtill bidrar vi till vår vision via våra partnerskap och samarbeten. Vi använder vår röst för att inspirera alla till ett aktivt liv och vi lever själva vår vision.



2024013005456

Activate the world.

Egna initiativ.

Stadium Sports Camp
Stadium Sports Camp är ett sportläger för barn och ungdomar som drivs inom Stadium Group som ett SVB-bolag (Särskild Vinstutdelningsbegränsning). Sedan starten 1995 har lägret aktiverat över 120 000 deltagare mellan 7 och 15 år och under samma period har över 70 miljoner kronor gått till samarbetsföreningarna.

Vi arbetar aktivt för att barn och unga, oavsett utmaningar eller socioekonomisk bakgrund, ska få chansen att delta på lägret. Tillsammans med flera olika välgörenhetsorganisationer, stiftelser och företag kan Stadium Sports Camp erbjuda friplatser till deltagare som av olika anledningar annars inte skulle haft möjlighet att delta. Exempel på initiativ likt detta är det nu treåriga samarbetet mellan Stadium, Nike, AIK och organisationen Maskrosbarn. AIK gör en försäsongströja där all vinst går till att köpa platser till Stadium Sports Camp, Maskrosbarn ombesörjer sen utdelningen av dessa platser i sitt nätverk.

Aktivitetsväskan
Sedan 2005 erbjuder Stadium kostnadsfritt en aktivitetsväska till omkring 4 200 skolor i Sverige som har minst en förstaklass. Väskan innehåller allt från bollar till hopprep och koner som ska uppmuntra till mer fysisk lek på skolan. Syftet med aktivitetsväskan är att inspirera till mer aktivitet i skolan utöver de schemalagda idrottstimmarna och på så sätt bidra till att etablera hälsosamma vanor tidigt i livet.

Lopp och event
Stadium arrangerar egna lopp och event och för dessa är riktlinjen att inkludera alla i det aktiva livet. Det ska finnas möjlighet att aktivera sig för såväl barn och unga som för vuxna, för nybörjare och för de tävlingsinriktade.

Stadium Night Run
Med Stadium Night Run vill Stadium bidra till ett fortsatt aktivt liv även under årets kallare och mörkare månader. Sedan 2021 har vi under senhösten genomfört löploppen i både Sverige och Finland där både vuxna och barn är välkomna att delta.

Stadium Foundation
Stadium Group startade 2019 en insamlingsstiftelse som ska bidra med ekonomiska medel till aktiviteter, projekt, uppdrag och/ eller samarbeten som främjar ett aktivt och hälsosamt liv för så många som möjligt. Stiftelsen ska särskilt stödja initiativ som syftar till att hjälpa barn och ungdomar. Allt överskott från den mellanstora påsen som säljs i Stadiums och Stadium Outlets svenska butiker går till Stadium Foundation.



60%
svarar att de testat en ny sport på Stadium Sports Camp 2023

89%
svarar att Stadium Sports Camp inspirerat dem till att fortsätta med fysisk aktivitet

2024013005457

Activate the world.

Föreningssamarbeten.

Genom att samarbeta med föreningar är vi med och skapar bättre förutsättningar för ett aktivt liv för barn och ungdomar. Inför föreningssamarbeten undersöker vi hur den potentiella partnern arbetar med jämställdhet och jämlikhet idag och hur de planerar att arbeta framåt. För oss är det viktigt att vi delar samma värderingar och målbild.

Utifrån ett jämställdhetsperspektiv kan det exempelvis handla om huruvida aktiviteten erbjuds för båda könen, alternativt om det underrepresenterade könet får ökat utrymme för aktiviteten. Jämställdhet och jämlikhet är områden där vi för en kontinuerlig dialog med våra samarbetspartners för att följa upp utvecklingen. Vi kan även stötta vid behov och på så sätt aktivt bidra till våra mål. Exempel på insatser vi kan göra är att erbjuda support i projektplanering och agera bollplank i frågor kring jämställdhet och mångfald. Vi kan också använda Stadiums kontaktnät för att koppla samman aktörer som kan hjälpa varandra och bidra till ömsesidigt lärande, och vi kan också erbjuda finansiellt stöd. Vi arbetar med långsiktiga partnerskap där vi som ett team hjälps åt i arbetet med att fortsätta att aktivera världen och att bidra till jämställd idrott där alla oavsett bakgrund och förutsättningar ska ha möjlighet till ett liv i rörelse.



Peter Liljegren Appelquist,
Ansvarig för kommunikation, marknad och varumärke, Brommapojkarna

Fotboll för meningsfull fritid.

Brommapojkarna (BP) är en av Sveriges största fotbollsföreningar och dessutom en av Stadiums samarbetsföreningar. Peter Liljegren Appelquist, som är ansvarig för kommunikation, marknad och varumärke, berättar om föreningens verksamhet.

– Vårt syfte är att se till att barn och unga i Bromma och Hässelby-Vällingby har en värdefull fritid. Till vår hjälp har vi 700 ideella ledare som ställer upp i alla väder. Med 1 000 spelande flickor kan vi kalla oss för Sveriges största flickfotbollsförening. Vi fortsätter att satsa på en bra fotbollsutbildning med en heltidsanställd akademichef för flickfotbollen.

Kan du berätta om hur BP bidrar positivt till samhället?
– Som idrottsförening och särskilt med vår storlek bidrar vi kanske extra mycket till samhället idag. Om vår verksamhet kan växa kan vi ge fler barn och unga en värdefull fritid och bra förebilder, vilket ger hopp om en bra framtid. I takt med att gängrelaterad kriminalitet vuxit fram som ett större problem ser vi att vår verksamhet kan vara en bidragande faktor till att motverka den utvecklingen.

– Att vi redan idag har över 20 000 deltagartillfällen per år visar också att vi motverkar stillasittande hos barn på ett aktivt sätt. Genom att erbjuda en ännu bättre fotbollsmiljö kan vi hålla fler ungdomar aktiva längre upp i åldrarna och på så vis bidrar vi till hälsa och välmående.

Vilka utmaningar ser ni? Och hur möter ni dessa?
– Vi har för få anläggningar att spela fotboll på året om. Vi arbetar kontinuerligt med att påverka politiker och tjänstepersoner inom Stockholms Stad för att få fler ytor att spela på.

Hur ser ni på det fortsatta samarbetet?
– Vi är glada och stolta över att ha med oss Stadium på resan mot att bli en ännu bättre fotbollsförening. Vi är redan störst, men vi kan alltid bli bättre och ge fler barn en värdefull och glädjefylld fritid.

2024013005458

Activate the world.

Tillsammans med andra.

Genom att samarbeta med andra aktörer kan vi öka vår påverkan för att minska stillasittande och öka hälsa och välbefinnande.



Stadium & Friends

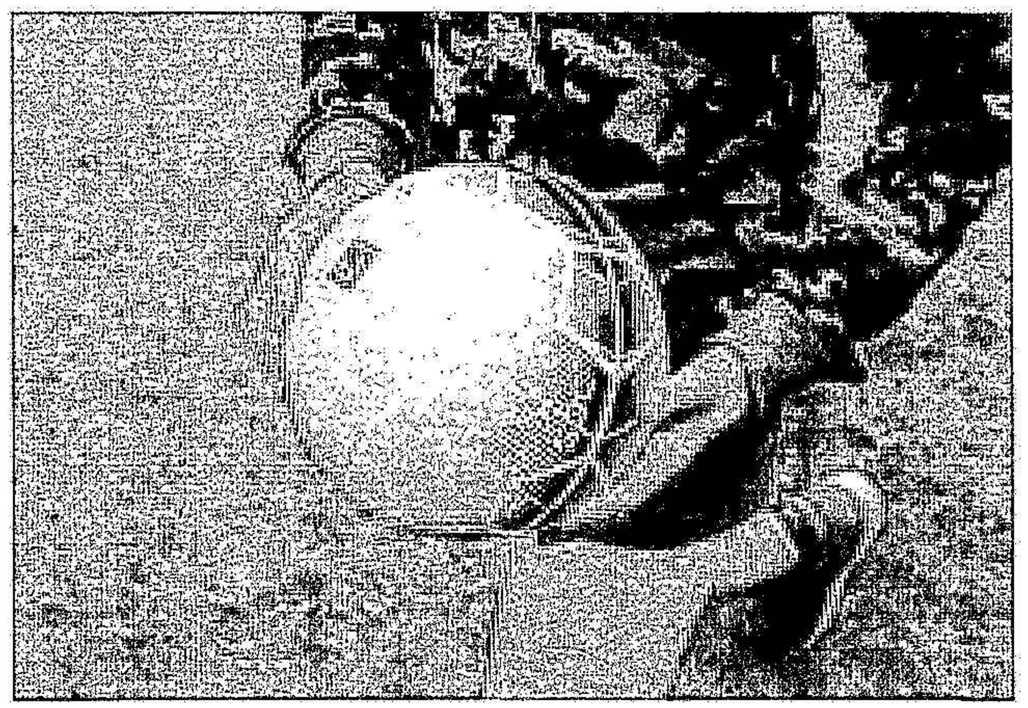
Sommaren 2023 startade Stadium upp ytterligare ett samarbete med Friends. Detta möjliggör bland annat att de föreningar vi samarbetar kan förses med kunskap från Friends kunskapsbank, och på så sätt verka för en mer inkluderande idrott där alla får vara med.

Sedan 2004 har Stadium ett nära samarbete med stiftelsen Friends kring Stadium Sports Camp. Samarbetet innebär bland annat att alla ledare på lägret får utbildning i att motverka utanförskap, mobbning och att främja en likvärdig idrott för alla.

Mens och idrott

Next Period är ett projekt som leds av företaget Sibship och finansieras av Sveriges innovationsmyndighet Vinnova. Fokus för projektet är att öka kunskapen om mens och möjliggöra för flickor, kvinnor och menstruerare över hela världen att gå i skolan, arbeta och ha ett aktivt liv, oavsett om de har mens eller inte.

Stadium är en samarbetspartner till Next Period och tillsammans med Sibship genomförde vi sommaren 2023 en kampanj på Stadium Sports Camp med syftet att uppmärksamma och sprida kunskap om mens och idrott. Målet med kampanjen var att ungdomarna själva ska få större förståelse för sin kropp, sitt mående och hur olika perioder i menscykeln kan påverka träningen, men därmed inte behöver hindra den.

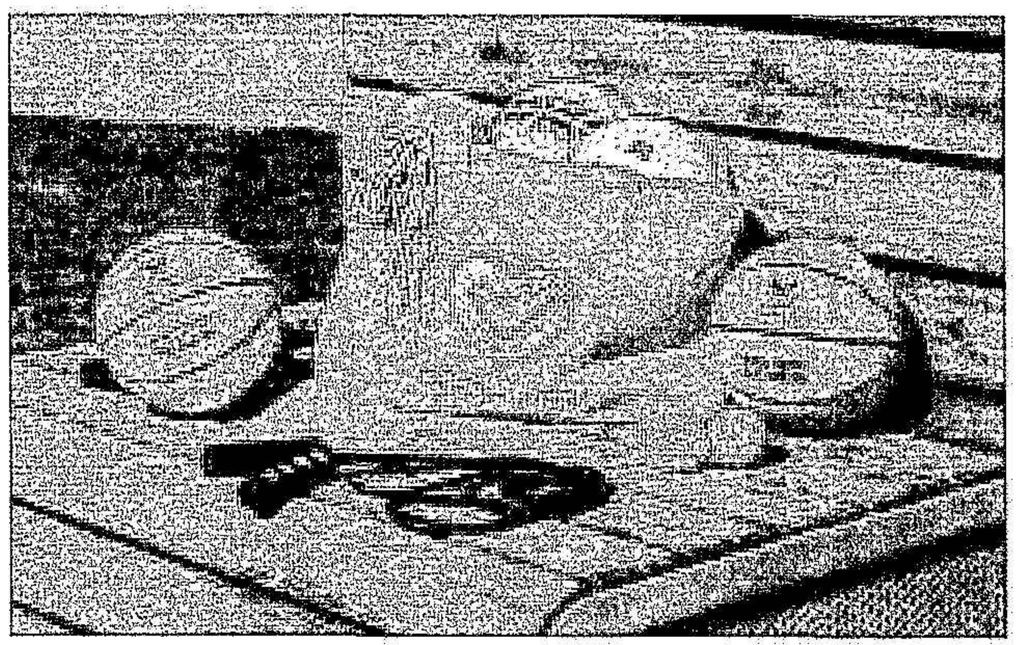


Goodsport Foundation: Integration genom sociala projekt

Goodsport är en allmännyttig, partipolitiskt obunden och icke vinstdrivande stiftelse som verkar för integration genom sociala projekt. Stadiums samarbete med Goodsport grundar sig i ett gemensamt arbete för att främja integration, öka idrottande och skapa jobb till ungdomar. Exempel på projekt som Goodsport Foundation driver är Nattfotbollen, som syftar till att öka fysisk aktivitet och gemenskap för unga i åldrarna 13–25 år, och Skolträffen vars mål är att motverka fördomar.

Fair Play: Uppmärksamma idrottens positiva värden

2019 instiftade Stadium tillsammans med Idrottsgalan Fair Play-priset, ett pris där deltagandet, utövandet och gemenskapen är viktigare än själva idrottsprestationen. Fair Play-priset tilldelas en individ eller företeelse som genom sitt agerande är förebild och tydligt symboliserar det Fair Play står för. Stadium står tillsammans med Idrottsgalan som avsändare av priset som delades ut första gången under Idrottsgalan 2019.



Generation PEP! Sweden: Inspirera barn till aktivitet

Generation Pep är en icke vinstdrivande organisation som arbetar för att sprida kunskap och skapa engagemang kring barns och ungdomars hälsa. Organisationen har bland annat tillsammans med fyra grundskolor, forskare från Gymnastik- och idrottshögskolan, Karolinska Institutet och Göteborgs universitet, utvecklat Pep Skola – ett kostnadsfritt stöd till skolor som önskar införa fysisk aktivitet och hälsosamma matvanor som en naturlig del av skoldagen. Pep Skola lanserades i maj 2018 och idag är över 2 000 skolor registrerade på www.pepskola.se.

2024013005459

Activate the world.

Stadium samarbetar med Generation PEP kring den aktivitetsväska som Stadium kostnadsfritt erbjuder alla skolor i Sverige som har minst en förstaklass. Tillsammans hjälps vi åt att göra skolor medvetna om att väskan finns att få och därutöver förmedlar Generation PEP kostnadsfritt inspiration kring hur innehållet i väskan kan användas.

SOS Barnbyar: Fler barn med trygg tillvaro
Stadium har från 2015 fram till hösten 2023 samarbetat med SOS Barnbyar i Finland och Bangladesh. 0,50 euro av Stadiums försäljning av en orange vattenflaska har gått till organisationen, som verkar för att fler barn ska få en tryggare tillvaro.

I Bangladesh har samarbetet fokuserat på stöd till en barnby med familjestärkande program i staden Chattogram. Insatserna i Finland har gällt arbete med att stödja familjer med särskilda behov, så att barn ska kunna bo kvar hos sina föräldrar eller komma till trygga fosterhem.

Human Bridge: Sportprodukter och kläder till fler
Human Bridge är en svensk biståndsorganisation med primärt mål att förse sjukvården i utsatta länder med medicinsk utrustning och materiel. Utrustning som förmedlas är i huvudsak begagnad och kommer från vården i Sverige, renoverad eller rekonditionerad av Human Bridge innan leverans. Organisationen stöttar även människor som befinner sig i en humanitär krissituation med bland annat kläder och andra basförnödenheter. Stadiums initiativ re:activate förser Human Bridge med sportprodukter och kläder som kan nyttjas där de behövs.

108 424 kilo textilier och produkter har samlats in via re:activate under verksamhetsåret 2022/2023.

Länder som tagit del av insamlade textilier och produkter under 2022/2023 är Irak, Kazakstan, Kosovo, Rumänien, Tanzania och Ukraina.



Partner- och sponsorskap.

Stadium är partner till ett flertal lopp för att bidra till att skapa fler tillfällen för rörelse och inspirera till ett aktivt liv. Tillsammans med våra partners är vi med och bidrar till sportarrangemang som ger upplevelser, erfarenheter, glädje, kämpaglöd, motgång, skratt och rörelse.

- Midnattsloppet – Sverige och Finland
- Vasaloppet – Sverige
- Ultravasan – Sverige
- Cykelvasan – Sverige
- Vätternrundan – Sverige
- Naisten Kymppi – Finland
- Lidingöloppet – Sverige
- Toughest – Sverige
- Helsinki Ski Weeks – Finland

2024013005460

Activate the world.

Vi lever vår vision.

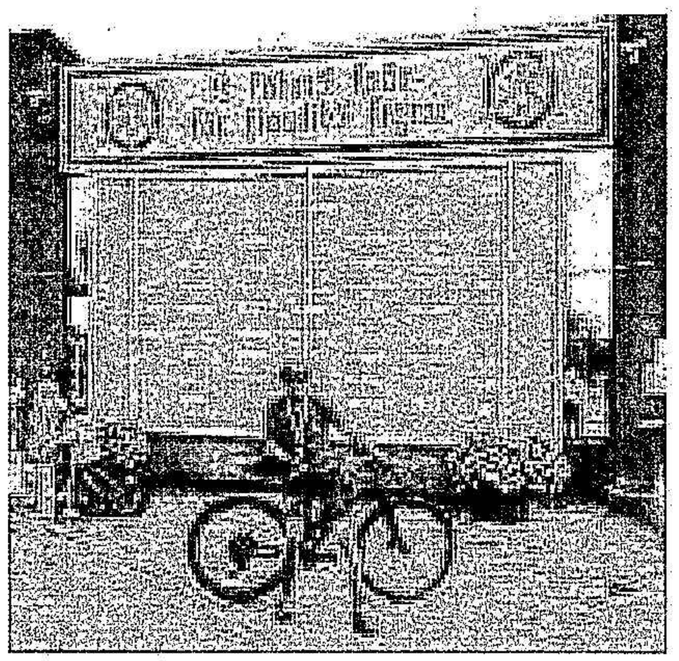
Det aktiva livet ska genomsyra allt vi gör. Vi tror på fördelarna med fysisk aktivitet och vill främja rörelse bland våra medarbetare och i samhället i stort. Våra värderingar guidar vårt beteende och skapar det unika lag som är Stadium. Vår vision om att aktivera världen är ständigt närvarande i företaget. Här är ett axplock på hur vi lever vår vision.



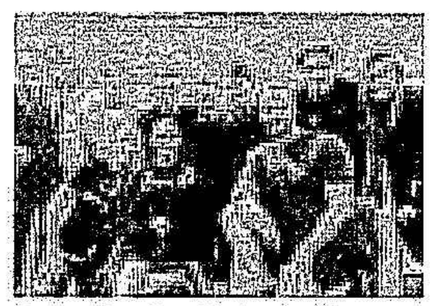
Glada miner hos fyra av våra finska kollegor inför Midnattsloppet i Helsingfors 2023.



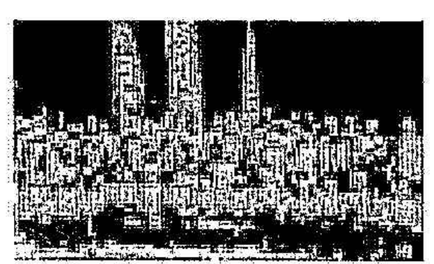
Tre av våra svenska kollegor värmer upp inför start av Lidingöloppet 2023.



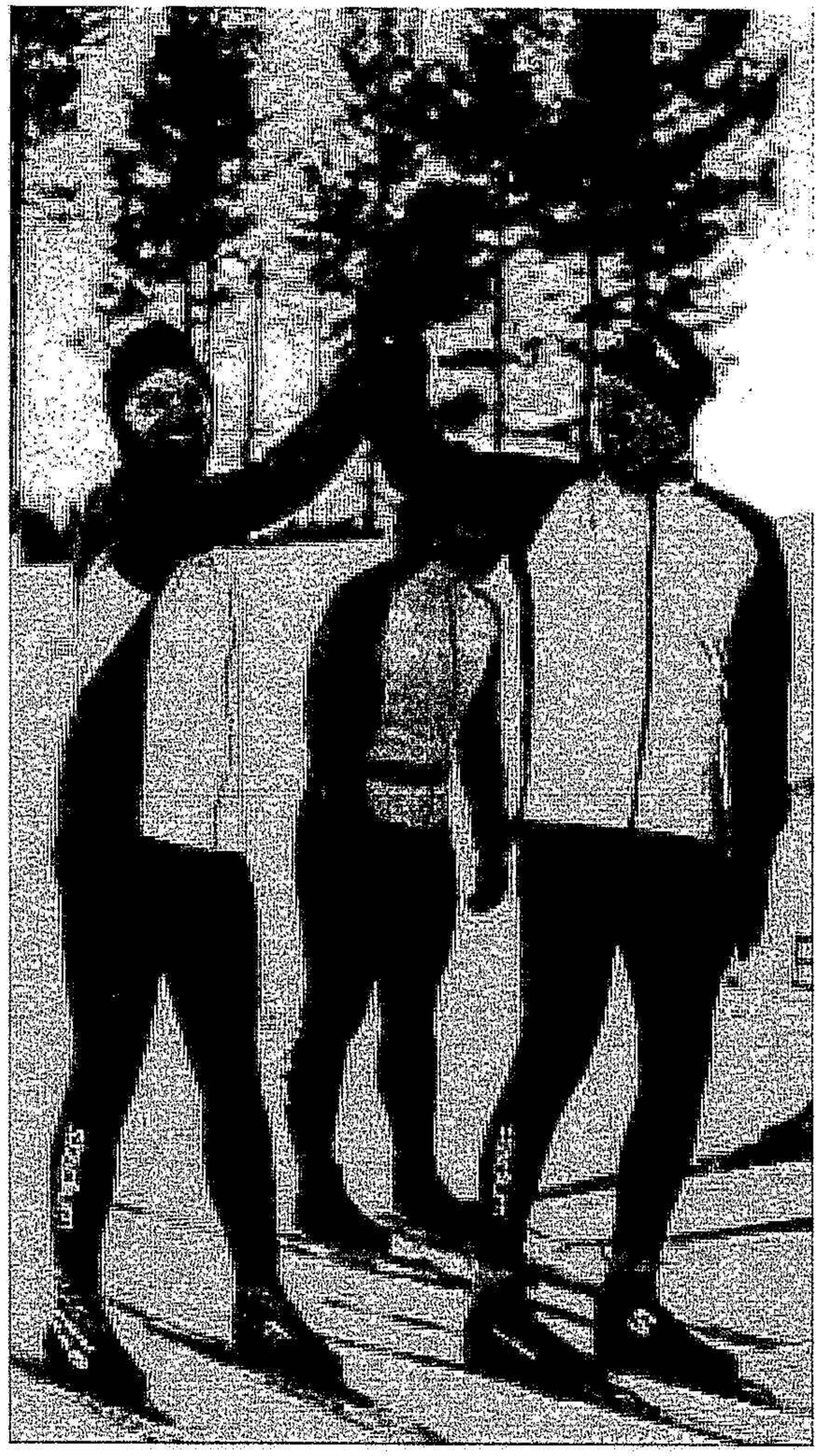
Lerig kollega efter målgång i Cykelvasan.



En av våra Stockholmsbutiker som aktiverar sig i Staff Challenge.



Stort Stadiumgång samlat inför Stafettvasan.



Stark lagkänsla inför Stafettvasan.

2024013005461

Activate the world.

Hälsa och säkerhet för våra kunder.

Ska vi aktivera världen behöver vi göra det på ett säkert sätt för våra kunder. Detta gäller både den produkt som kunden nyttjar och konsumentens dataintegritet.

Barnsäkerhet

För våra yngre kunder som är aktiva större delen av dagen har vi ett stort ansvar att försäkra oss om deras säkerhet. Detta gör vi bland annat genom att utbilda vår personal som tar fram produkterna inom barnsäkerhet. Vi undersöker också var vi behöver certifieringar och riskbedömningar för att ta beslut om vad som kan klassas som leksak och vad som främst används som sportutrustning. Vi testar ytterplagg för barn upp till 14 år, så att dess avtagbara huvor släpper vid en för plaggen storleksanpassad vikt. Vi deltar även i branschens standardiseringsarbete inom barnsäkerhet.

Kemikalier

Vi använder vår Restricted Substance List (RSL) för att ställa tydliga krav på innehållet i våra produkter gentemot våra leverantörer. RSL är en förteckning över begränsade och förbjudna ämnen som håller något högre krav än Reach (EU:s kemikalielagstiftning).

▷ *Läs mer om vårt kemikaliearbete på sida 36.*

Produktinformation

Vi är måna om att tillhandahålla rätt produktinformation till våra kunder, både gällande fakta om produkternas funktioner och egenskaper samt vad de är tillverkade i för material. Vi har därför ett tätt samarbete med våra leverantörer för att säkerställa att de förser oss med den information vi efterfrågar.

Dataintegritet

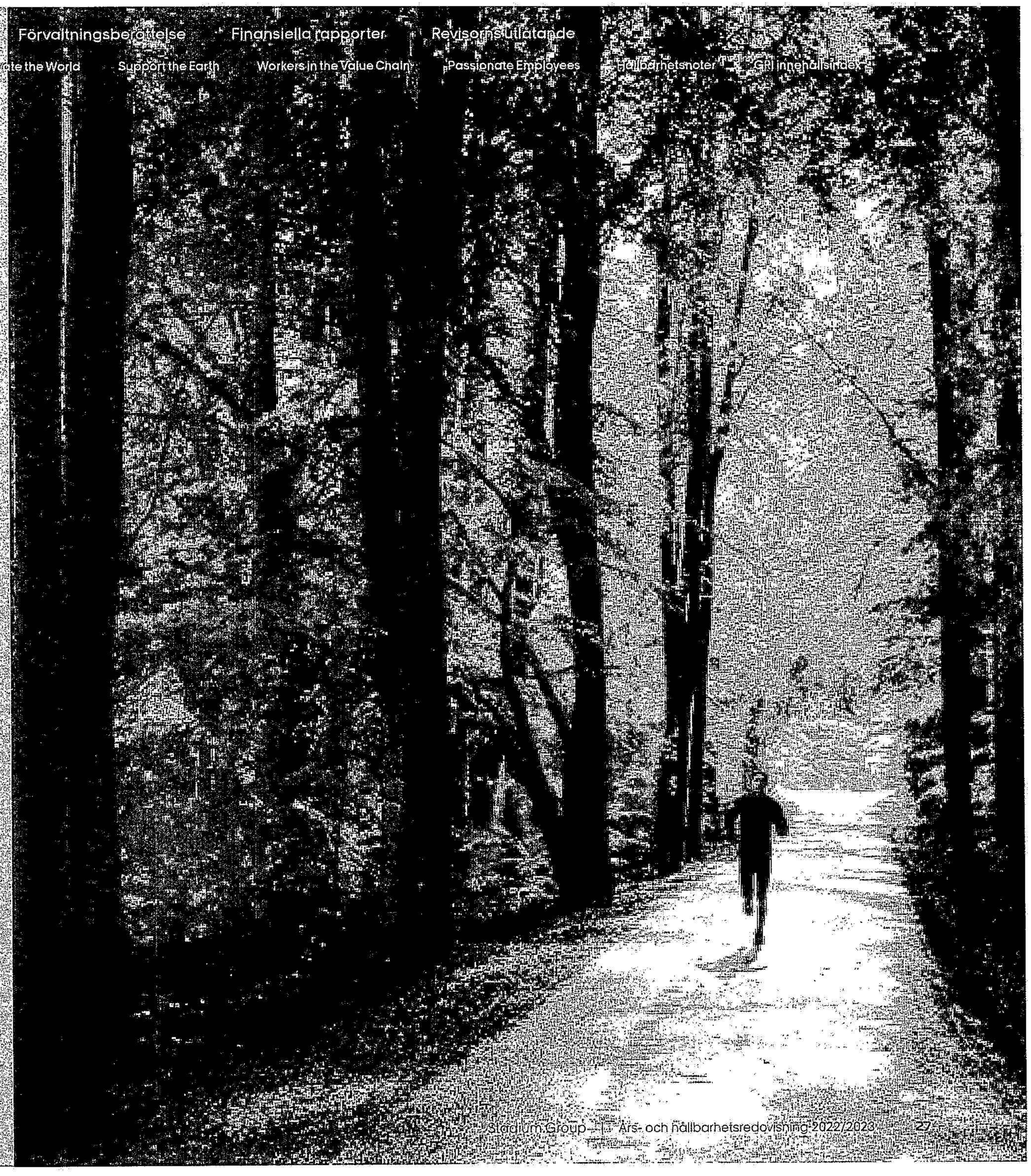
Inom Stadiumkoncernen arbetar vi för att säkerställa konsumentens integritet. Vi har en Integritetspolicy som syftar till att informera om hur vi behandlar personuppgifter. Denna policy tillämpas på de personuppgifter vi samlar in i samband med medlemskap, köp, vid besök på någon av våra webbsidor eller via annan kontakt med oss.

Integritetspolicyn kan komma att uppdateras, den senaste versionen av integritetspolicyn finns publicerad på våra hemsidor. Om vi gör några större förändringar i integritetspolicyn kommer vi även att skicka ut den uppdaterade policyn till våra medlemmars registrerade e-postadress.



Fokusområde:

Support the Earth.



2024013005463

Minska påverkan på miljö och klimat, öka cirkulära flöden.

Support the Earth.

Område	Mål 2025/2026, respektive 2030	Utfall, jämfört med basår 2017/2018 2022/2023	2021/2022	2020/2021
▷ Minska klimatavtryck	**1.** Klimatneutrala i vår egen verksamhet	-26 %	-5 %	-9 %
	2. 50 procent reduktion av vårt klimatavtryck för våra egna varumärken	-34 %	-29 %	-25 %
	3. 50 procent reduktion av vårt totala klimatavtryck 2030	-16 %	-6 %	-11 %
▷ Minska negativ påverkan på miljön	Genomföra förbättringsarbeten som minskar negativ påverkan på miljön	Läs om dessa på sida 36		
▷ Öka cirkulära flöden	Mätbara mål fastställs under verksamhetsår 2023/2024	-	-	-

▷ Se hållbarhetsnot H5 för klimatavtryck i respektive scope.

Styrning

Vi ska fortsätta att aktivera människor och arbeta för att minska den påverkan vår verksamhet har på miljön och klimatet. En viktig del av detta är att öka de cirkulära flödena, vilket innefattar produktdesign och tillverkning, likväl som kommunikation, utbildning, tjänster, affärsutveckling med mera.

För att vi ska uppnå våra mål inom fokusområdet Support the Earth måste hela organisationen arbeta i samma riktning. Vår hållbarhetsstrategi beskriver vägen mot våra mål och vägleder våra beslut. Vi följer upp utveckling och efterlevnad i flera forum: i ett tvärfunktionellt team som möts kontinuerligt under året, i Hållbarhetsrådet där koncernledningen ingår, samt i återkommande avstämningar mellan medarbetare med ansvar inom området. HR & Sustainability Director ansvarar för uppföljning. Sedan verksamhetsår 2020/2021 redovisar vi årligen vårt klimatavtryck för scope 1-3, vilket tillsammans med utsläppskalkyler används som underlag för prioritering och justering för fortsatt arbete. Där det är möjligt tar vi fram underlag på vilken påverkan ett initiativ har på miljö och klimat även om initiativet ligger utanför vad som innefattas i våra klimatberäkningar. Underlaget vägs in vid beslutsfattande.

Inom området cirkularitet ska vi under verksamhetsåret 2023/2024 fastställa definitionen av vad som är att klassa som en cirkulär produkt och därefter målsätta inom området. Utöver en mer cirkulär produkt innefattar området *Öka cirkulära flöden* även cirkulära affärsmodeller samt konsumentbeteende där även dessa områden följs upp i våra hållbarhetsforum.

Tillsammans med andra

För att kunna driva effektfull förändring och ställa om för minskad påverkan på klimat och miljö är vi beroende av samarbeten och samverkan med aktörer i hela vår värdekedja. Vi har där det är möjligt i nya och förnyade leverantörsavtal adderat konkreta incitament och krav kopplade till miljö och klimat. Vi ser också en positiv trend i klimat- och miljöarbetet hos våra befintliga produktionsleverantörer.

2024013005464

Support the Earth.

Minskat klimatavtryck.

Mål 1: Klimatneutrala i vår egen verksamhet 2025/2026.

Det som påverkar klimatavtrycket i vår egen verksamhet är i våra klimatberäkningar avgränsat till tjänsteresor, energianvändning, uppvärmning och köldmedialäckage i våra butiker, på våra kontor och på våra lager. Målet om att vara klimatneutrala i vår egen verksamhet innebär 85 procent reduktion och 15 procent klimatkompensation, *detta jämfört* med vårt basår. Årets resultat visar att vi minskat klimatavtrycken i vår egen verksamhet med 26 procent.

För att minska klimatavtrycket i vår egen verksamhet har vi hittills haft störst fokus på energianvändning och energikälla. Detta dels eftersom energianvändning är en stor utsläppspost, dels för att vi på kort sikt har möjlighet att påverka energianvändningen i högre grad än uppvärmning och köldmedialäckage. Vi har dock påbörjat dialoger och arbete för att mer aktivt arbeta med de sistnämnda posterna där kravställning till leverantörer och verklig data i stället för schablondata är två centrala delar. Detta arbete ser vi kommer att vara viktigt för att vi ska kunna uppnå vårt mål.

Våra tjänsteresor står för en mindre del av våra utsläpp. För att minska utsläppen från dessa har vi en resepolicy som ger riktlinjer om att vi ska välja digitala möten där det är möjligt och, om resa är nödvändigt, i första hand använda miljövänligare resealternativ.

Ett delmål är att vi verksamhetsår 2025/2026 enbart ska konsumera fossilfri el. *Detta gäller våra butiksytor, kontor och* lager i alla länder där vi är verksamma. Vi arbetar även för att kontinuerligt minska energianvändningen på dessa ytor.

92 procent av den el Stadium själva köpte verksamhetsår 2022/2023 är fossilfri el. Vid start av nuvarande verksamhetsår har vi ändrat avtalet så resterande 8 procent även är fossilfri el, det vill säga: från oktober 2023 är 100 procent av den el Stadium köper in fossilfri. Den elen vi själva köper in står för cirka 60 procent av vår totala energianvändning. Resterande 40 procent köps in av andra parter, till exempel av fastighetsägare som vi hyr butikslokaler av.

Åtgärder

Energikälla

I våra dialoger med fastighetsägarna har vi en gemensam bild av att elen vi köper av dem ska vara fossilfri el. För att säkerställa att så är fallet efterfrågar vi nu certifikat som verifierar att elen är fossilfri. Hittills har vi fått in certifikat på att 81 procent av den energi som våra fastighetsägare står för och som vi själva inte köper in är fossilfri.

Vi har under verksamhetsåret efterfrågat underlag för att verifiera energins ursprung för vårt basår 2017/2018. Detta har vi gjort för att kunna relatera årets utfall och därmed svara upp hur vi står gentemot vårt mål att vara klimatneutrala i vår egen verksamhet.

Energianvändning

Vi ser ständigt över våra lokaler, bland annat för att optimera ytan efter behov och därmed vår förbrukning av energi. Vi strävar kontinuerligt efter att minska energianvändningen på våra distributionslager och minska den mängd el som går åt *till belysning och uppvärmning av våra butiker.*

Vi har sedan 2009 haft fokus på att ha energibesparande belysning i våra butiker. Detta omfattar allmänbelysning, spotlights, relän och timers. Vid ombyggnationer och nyetableringar installeras endast LED-belysning i våra lokaler för att minimera vår elförbrukning. För att kunna följa förbrukningen där fastighetsägarna köper elen har vi installerat undermätare i majoriteten av dessa butiker. Det innebär att vi kan följa våra butikers elförbrukning och därmed göra riktade insatser i de enheter som har störst förbrukning per kvadratmeter.

Fokus framåt

- Från de fastighetsägare som ännu inte verifierat att den el vi köper från dem är förnybar fortsätter vi att efterfråga certifikat. Detta för att kunna ge en procentsats över hur stor andel av den el vi konsumerar som de facto är fossilfri.
- Under verksamhetsåret 2023/2024 är vår ambition att genom kartläggningsarbete säkerställa mer specifika klimatdata för uppvärmning.
- Varje år identifierar vi de tio butiker som har den högsta energiförbrukningen per kvadratmeter och arbetar aktivt med energieffektivisering i dessa butiker.

88%

av vår totala elkonsumtion kan vi verifiera utgörs av fossilfri el, oavsett om vi själva äger avtalet eller köper in via fastighetsägare

-26%

har vårt klimatavtryck minskat i den egna verksamheten sedan vårt basår 2017/2018

2024013005465

Support the Earth.

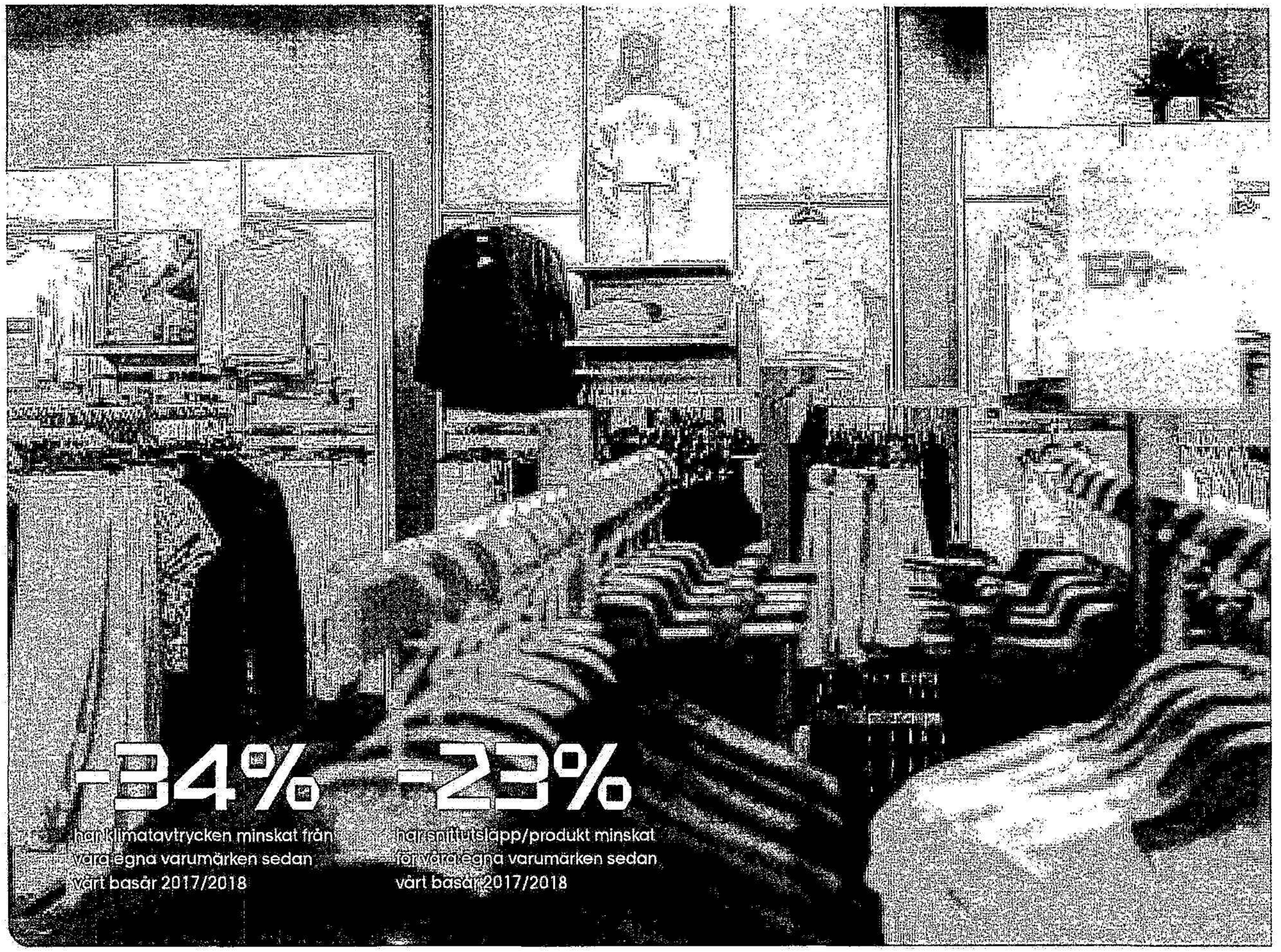
Minskat klimatavtryck.

Mål 2: 50 procent reduktion av vårt klimatavtryck för våra egna varumärken 2025/2026.

Klimatavtryck från våra egna varumärken kategoriseras som scope 3 och är avgränsat till transport och tillverkning av dessa produkter. Tillverkning står för majoriteten av utsläppen och för att minska klimatavtrycket från våra produkter ligger fokus på att använda mer hållbara material, ställa om till mer resurssnåla infärgningsprocesser, bidra till fabrikernas omställning till förnybar energi, optimera materialåtgången samt utveckla cirkulära processer.

För att minska utsläppen från transporterna är omställningen till mer klimatsmart bränsle högst relevant, liksom effektivisering av transporterna genom optimal fyllnadsgrad och ruttplanering. Gemensamt för att minska våra klimatavtryck inom både tillverkning och transport är samarbete med andra aktörer genom hela vår värdekedja.

Årets resultat visar att vi minskat utsläppen med 34 procent jämfört med vårt basår 2017/2018. En viktig aspekt gällande detta resultat är att det utgår från absoluta tal, det vill säga att volym har en stor påverkan på utfallet. Årets resultat påverkas av att vi köpt in färre produkter på grund av höga lagernivåer, vilket resulterar i att det totala utsläppet blir lägre. Vi ser det därför som relevant att även följa nyckeltalet snittutsläpp/produkt för att se vår faktiska prestation. Vi kan i detta nyckeltal se att vi ändå gjort en faktisk minskning som inte är relaterad till volym i och med att snittutsläpp per produkt sedan basåret har minskat med 23 procent. Detta går främst att härleda till ökad andel mer hållbara material samt ändrad sortimentmix.



2024013005466

Support the Earth.

Minska utsläppen vid transport av egna varumärken.

Åtgärder

Elektrifiering
Våren 2022 påbörjade vi vår resa med att elektrifiera våra transporter. Startskottet var vårt samarbete med Rusta och Alltransport där vi med en delad lastbil kunde börja transportera containrar från Norrköpings hamn till våra lager med endast el som drivmedel.

Hösten samma år utökade vi elektrifieringen av våra transporter. Alla turer mellan våra lager i Norrköping kördes 2022/2023 med ellastbilar.

Bränsle
Från och med leveranser våren 2020 har vi beslutat att som regel inte acceptera flygleveranser för våra egna varumärken. Om undantag ska göras måste detta godkännas av Purchase & Category Director Stadium Group, och vi begär då klimatkompensation. Som regel ska leveranser från Asien till Sverige ske via sjöfrakt.

Från 2022 sker alla våra transporter från våra centrallager till de olika terminalerna på fossilfritt bränsle, främst HVO. Transporten från vår distributionscentral till våra butiker sker med transportör som är miljöcertifierad enligt ISO 14001.

Vår största transportdistributör PostNord gör stora investeringar i sin fordonsflotta och skapar nu så kallade gröna korridorer. Detta innebär att från våren 2023 når stora delar av vårt gods våra butiker och slutkunder med fossilfria transporter.

Genom de samarbeten vi har idag kan vi i vissa geografiska områden erbjuda kunder som beställer via e-handeln fossilfri transport från lager till kund.

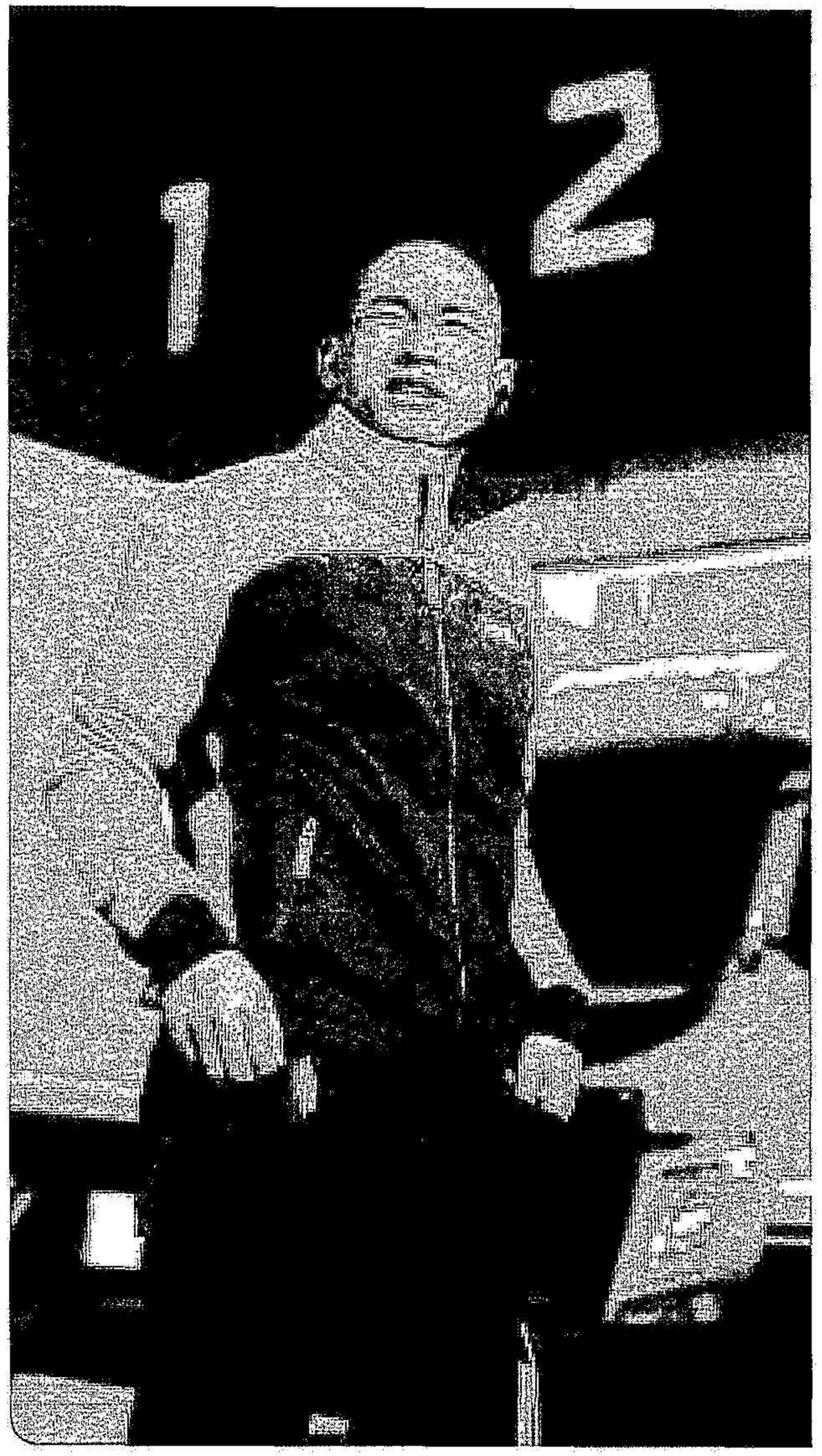
Optimering
Tillsammans med Billerud har vi arbetat fram ett nytt standardmått på transportförpackningar, med syftet att öka fyllnadsgraden i lådor och containrar. Vi räknar med att kunna öka fyllnadsgraden i transportledet med cirka 10 procent, vilket innebär att vi kan minska behovet av antal containers, vilket i sin tur minskar vårt klimatavtryck. Den nya standardiserade förpackningen kommer att användas för majoriteten av våra mjuka produkter från och med hösten 2023.

Fokus framåt

- Den nya standardiserade transportförpackningen ska implementeras och det förväntade resultatet ska följas upp.
- Vi ser över hur vi kan konsolidera transporter i containrarna för att öka fyllnadsgraden.
- Vi för dialoger med våra transportdistributörer för att säkerställa att vi har en gemensam riktning i vårt klimatarbete och hållbarhetsarbete över lag.
- Vi fortsätter vår resa med elektrifiering av transporter och arbetar för en klimatsmart hantering av returer.

-36%
har utsläppen från transport av våra egna varumärken, från tillverkning till våra lager, minskat med sedan vårt basår 2017/2018

0
stycken ordrar av våra egna varumärken har transporterats med flyg



2024013005467

Support the Earth.

Minska utsläppen från tillverkning av egna varumärken.

Åtgärder

Mer hållbara material

Att ställa om till mer hållbara material är ett viktigt steg för att uppnå våra klimatmål. Då vår egen tillverkning av textila produkter till största del består av material i bomull och polyester är det där vi väljer att fokusera i arbetet med att ställa om. Med begreppet mer hållbara material syftar vi på: återvunnet material, material färgat med hjälp av vatten- och energibesparande infärgningsmetoder, hållbar bomull samt hållbart cellulosabaserat material.

Se hållbarhetsnot H7 för ytterligare information.

Mer hållbar bomull

Sedan 2017 använder vi endast mer hållbar bomull, vilket för oss innebär Better Cotton, ekologisk bomull eller återvunnen bomull. Den största andelen kommer från Better Cotton. Eftersom produktion av bomull har mycket stor miljöpåverkan har vi som framtida målsättning att successivt minska vår användning av bomull och ersätta med mer hållbara cellulosamaterial.

Better Cotton grundades 2005 och är en ideell organisation som arbetar för att göra den globala bomullsproduktionen mer hållbar. Målet är att förändra bomullsproduktionen världen över och göra Better Cotton till en konventionell handelsvara. I samarbete med intressenter över hela bomullsproduktionskedjan förespråkar Better Cotton mätbara och kontinuerliga förbättringar för miljön, odlingssamhällen samt ekonomin i bomullsproducerande regioner. Better Cotton är inte fysiskt spårbart till slutprodukter, men Better Cotton-jordbrukarna drar nytta av efterfrågan på Better Cotton i motsvarande volym som köps in. Över 2,4 miljoner odlare i 25 länder har idag licens att sälja sina produkter under certifieringen Better Cotton.

Återvunnet material

Vi har sedan flera år arbetat med råvara återvunnen från använda PET-flaskor. Anledningen till att vi använder denna återvunna råvara är att det är en stor utmaning att minska användandet av jungfrulig polyester och i stället öka andelen återvunnen polyester som håller rätt kvalitet och känsla och som står sig ekonomiskt, vilket återvunna PET-flaskor gör. Vi ser dock att vi behöver hitta andra återvunna råvaror att använda i stället för PET-flaskor eftersom dessa behövs i andra cirkulära flöden. Här deltar vi i olika forskningsprojekt och samarbeten för att utveckla samt bidra till utvecklingen av nya material.

Resurseffektiva infärgningsprocesser

För att minimera miljöpåverkan använder vi, sedan drygt tio år tillbaka, till viss del den energi- och vatteneffektiva tekniken Solution Dye vid färgning av material. Denna möjliggör infärgning redan när fibern tillverkas. Detta innebär att en separat infärgningsprocess undviks vilket sparar vatten, energi och kemikalier. Från början användes den endast på svart foder, men från och med 2013 finns tekniken tillgänglig i ett stort antal andra färger. Framför allt är det foder som färgas, men även huvudmaterialet i produkter från varumärken som Warp, Everest, SOC, Race Marine och Stadium.

Stadium köper in tyger från leverantörer som använder Solution Dye både för vävda och stickade material. Alla plagg av Stadiums egna varumärken som är färgade med Solution Dye är försedda med Sustainability-etiketter med texten "Save water and energy". Från och med 2019 använder även Stadium Outlet Solution Dye-tekniken i fodret på sitt sortiment av jackor.

Användningen av denna teknik ökar inom hela textilbranschen eftersom vattenbesparingar är avgörande för en mer hållbar tillverkning. Vår ambition är att öka vår användning av Solution Dye ytterligare, då vi långsiktigt satt som mål att till 100 procent använda vattenbesparande infärgningsmetoder för textila produkter. 73,15 procent av vårt totala sortiment inom egenproduktion utgörs av textila produkter.

Se hållbarhetsnot H8 för ytterligare information.

Solution Dye sparar vatten

Besparingar med Solution Dye-tekniken jämfört med traditionell infärgning[1]:

Vatten	80 %
Energi	60 %
Koldioxid	60 %
Kemikalier	60 %

1 För besparingsuppgifterna ovan har vi använt en genomsnittlig uträkning som ger en ungefärlig bild av den totala besparingen. Beräkningarna är generella då det inte finns en standard för hur man räknar och förutsättningarna varierar beroende på material och fabrik. Det är därmed svårt att bevisa exakt hur stor besparingen är per material och produkt. Vi arbetar för att nå ökad transparens inom detta område.

21 353 663

stycken använda PET-flaskor har vi använt för att producera nya material för 2022/2023[2]

10 888 688

liter mindre vatten har förbrukats under verksamhetsåret 2022/2023 i och med att vi använt Solution Dye jämfört med om vi använt traditionella infärgningsmetoder

2 Vi använder en genomsnittlig utrakning för alla återvunna polyestermaterial, där sju PET-flaskor beräknas användas per yard (cirka 91 cm) färdigt material.

2024013005468

Support the Earth.

Klimatpåverkan i tillverkningsprocessen

Mängden energi som används vid tillverkning, och dess ursprung, har stor inverkan på klimatavtrycket. För att tillverkningen ska ske mer hållbart arbetar vi aktivt med att kartlägga fabrikernas miljöarbete med fokus på energi. Våren 2021 valde vi därför att ansluta oss till klimatorganisationen CDP. Medlemskapet möjliggör denna kartläggning och bidrar till ökad insyn i vår leverantörskedja och starkare samverkan med våra leverantörer.

Vi har bjudit in leverantörer till digitala möten för att ge dem rätt support och skapa samsyn runt energi- och utsläppsfrågor. Samtidigt behöver vi förstå var leverantörernas utmaningar ligger gällande att sätta sina egna hållbarhetsmål och ställa om till mer förnybar el i tillverkningen. Här har det varit avgörande med ett tätt samarbete. Med det underlag vi fått fram via kartläggningen och i dialoger kan vi bättre se var vi har störst utmaningar, men får också ökad förståelse för inom vilka områden våra fabriker behöver support.

Underlaget bidrar även till att vi minskar vårt användande av schablondata för våra klimatberäkningar, något som vi eftersträvar för att kunna redovisa våra klimatavtryck mer korrekt. Här ser vi att vi, tillsammans med våra leverantörer, årligen gör framsteg. Vi ser även att leverantörerna år för år ökar sin kompetens inom området och även gör framsteg gällande klimatrelaterade åtgärder. Vi är samtidigt ödmjuka inför att det kommer att krävas stort engagemang under kommande år för fortsatt utveckling.

Vi arbetar för att även nå fler underleverantörer eftersom dessa är en viktig del av omställningen till mer klimatsmart tillverkning. Tillsammans med andra aktörer identifierar vi vilka fabriker på Tier 2-nivå som vi använder gemensamt, för att därmed tillsammans kunna stärka supporten till dessa fabriker. Resultatet från identifieringen har följts upp med individuella möten med våra leverantörer. Vi fokuserar på en fördjupad dialog med syfte att engagera samtliga av våra leverantörer i de här frågorna och att ta vårt gemensamma ansvar för en hållbar tillverkning.

Se hållbarhetsnot H9 för ytterligare information.

Klimat- och miljöinspektioner

Utöver att kartlägga leverantörernas klimatarbete via CDP:s digitala plattform började vi 2022, tillsammans med ELEVATE som utförare, att genomföra specifika klimat- och miljöinspektioner i ett antal fabriker. Utfallet från inspektionerna ger både oss och leverantörerna vägledning att identifiera möjligheter till förbättringar och minska fabrikernas påverkan på klimat och miljö. För varje anmärkning görs även en bedömning av nivå av risk, vilket förenklar för leverantörerna att prioritera sina resurser.

Se hållbarhetsnot H11 för ytterligare information.

ELEVATE:s miljöbedömningsverktyg
ELEVATE:s miljöbedömningsverktyg lägger fokus på att inspektera miljörisken och prestanda på fabrikens hantering av avloppsvatten, luftutsläpp, fast avfall, kemikalier, växthusgasutsläpp och energiförbrukning. Utfallet resulterar i en gradering från A till D, där A är högst. Beräkningarna för graderingen utgår från värdet 100. Varje nedslag (anmärkning) viktas och ger olika avdrag beroende på om det gäller en mindre anmärkning eller en allvarlig avvikelse.

Fokus framåt

- Öka andelen infärgningsprocesser som sparar energi, vatten och kemikalier.
- Fortsätta att kartlägga fabrikernas energiförbrukning och energikällor.
- Fortsatt arbete med cirkulära processer i tillverkningen med start redan i designfasen, för att skapa produkter anpassade för ett slutet kretslopp.
- Spårbarhet av råvarans ursprung kommer att vara avgörande framöver för att möjliggöra cirkulära flöden. Ökad transparens i leverantörsledet är något vi kommer att fortsätta fokusera på, samt att förbättra våra systemlösningar för att öka spårbarheten.
- Vi fortsätter att kartlägga leverantörers och underleverantörers miljö- och klimatarbete.
- Vi arbetar vidare med andra aktörer för att se hur vi gemensamt kan stärka supporten till Tier 2-fabriker i deras omställning till förnybar el.
- Som nya medlemmar i Sustainable Apparel Coalition (SAC) kommer vi att kunna följa fler leverantörers och underleverantörers utsläpp och arbete med energibesparande åtgärder genom Higg-verktyget FEM.

2024013005469

Support the Earth.

Minskat klimatavtryck.

Mål 3: 50 procent reduktion av vårt totala klimatavtryck 2030.

2019 fastställde vi vårt långsiktiga klimatmål att minska vårt totala klimatavtryck med 50 procent, ett mål i linje med Parisavtalet. Det är ett ambitiöst mål som vi, tillsammans med branschen, ser som en utmaning då vi som företag samtidigt siktar mot tillväxt.

Årets resultat visar att vi sedan vårt basår minskat vårt totala klimatavtryck med 16 procent. Under samma period har vi haft en tillväxt på 34 procent. Detta är ett resultat i rätt riktning men där vi ser att minskningen behöver gå snabbare.

Tidigare i rapporten redovisar vi vilka åtgärder vi vidtagit och vilka resultat vi uppnått för att minska vårt klimatavtryck i vår egen verksamhet samt för att minska klimatavtrycket vid tillverkning och transport av våra egna varumärken. I arbetet med att minska vårt totala klimatavtryck ingår även att minska klimatutsläppen från det sortiment vi köper in från externa varumärken. Tillsammans med de externa varumärkena har vi ett ansvar för att de produkter vi köper in tillverkas under goda förhållanden och inte innehåller material eller kemikalier som är skadliga för människan eller miljön.

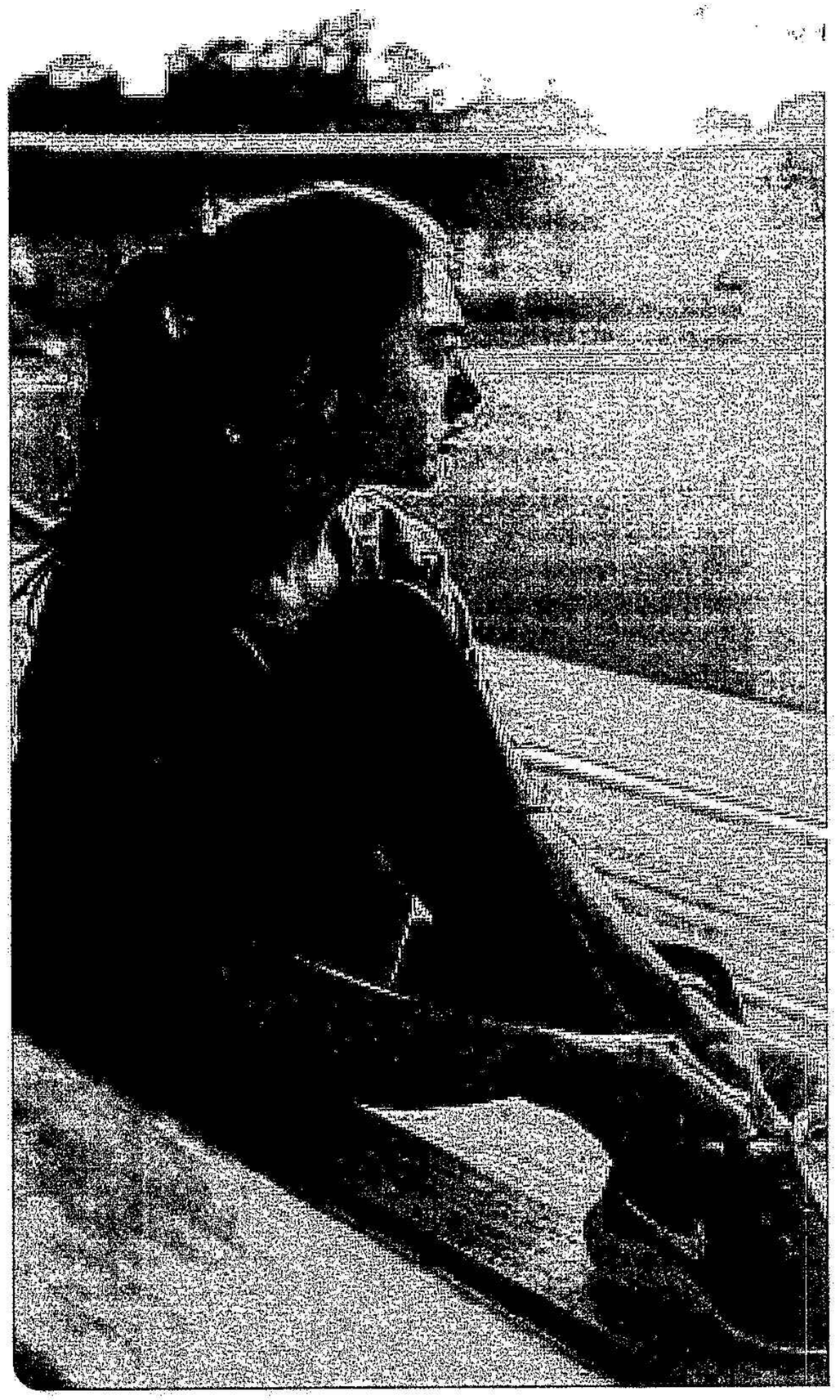
Mål: 50 procent reduktion av vårt totala klimatavtryck 2030
Målet innefattar scope 1–3 vilket består av nedanstående poster

Egen verksamhet (sid 34)	Egna varumärken (sid 35–38)	Inköpt sortiment från externa varumärken (sid 40)
Scope 1–2	**Scope 3**	**Scope 3**
Tjänsteresor	Tillverkning av produkt	Tillverkning av produkt
Energianvändning (förbrukning och källa)	Transport av produkt	Transport av produkt
Uppvärmning		
Köldmedialäckage		



2024013005470

Support the Earth.



Minska utsläpp från inköpt sortiment från externa varumärken.

Åtgärder

Kravställning
Alla varumärken som vi samarbetar med signerar vår Uppförandekod och vår Affärsetiska kod i samband med att vi skriver avtal. Detta gäller vid nya avtalskontrakt samt vid uppdatering av avtal.

Utifrån våra satta hållbarhetsmål ställer vi tydliga krav på de produkter vi köper in. Under våren 2019 förmedlade vi vår uppdaterade hållbarhetsvision och tydliga ställningstaganden kring vad vi väljer bort för att få ett mer miljövänligt sortiment.

För alla varumärken som vill sälja via Stadium och/eller Stadium Outlets marknadsplats gäller samma hållbarhetskrav som för våra andra leverantörer.

Vi efterfrågar klimatdata från de varumärken där våra största volymer finns, och sände i år ut frågeformulär till 46 varumärken. Vi verifierar dessa uppgifter mot våra egna data för att minska användningen av schablondata och därmed redovisa mer korrekt utfall gällande vårt klimatavtryck.

Samarbete
Alla strategiska möten med externa partners har en tydlig agenda där en av de viktigaste punkterna är hållbarhet. De större varumärkena vi samarbetar med har alla tydliga hållbarhetsmål, ambitiöst satta utsläppsmål och är verksamma globalt.

Vi skapar nya samarbeten med partners som sätter hållbarhet högt på agendan och tar fram innovationer som kan minska avtrycket på miljön. Det handlar mycket om samarbeten och att ha samsyn i hur vi kan "Activate the World" och "Support the Earth" på nya sätt.

Fokus framåt

- Kravställning är vårt mest kraftfulla verktyg för att påverka de externa varumärkenas klimatarbete. Uppfylls inte kravställningen resulterar det i att vi inte köper in från leverantören i fråga, men i bästa fall även att leverantören gör klimatsmarta förändringar i sin tillverkning. Kommande verksamhetsår ser vi över hur vi kan utveckla klimatrelaterade kravställningar för det sortiment vi köper in från externa varumärken.
- Att använda verkliga klimatdata i stället för schablondata är prioriterat för att öka tillförlitligheten i vår redovisning. Vi kommer fortsätta att stärka vårt samarbete med externa varumärken för hantering och delning av klimatdata. Detta gäller klimatdata för både tillverkning och transport av produkt.

2024013005471

Support the Earth.

Minska negativ påverkan på miljön.

Mål: Genomföra förbättringsarbeten som minskar negativ påverkan på miljön.

Det är viktigt för oss att minska den påverkan som de verksamheter vi driver har på miljön. Vårt klimatavtryck är en del av hur vår verksamhet påverkar miljön, men det finns fler påverkande aspekter än de som ingår i vår klimatberäkning. Gällande biologisk mångfald följer vi utvecklingen och lär oss hur vår verksamhet påverkar och påverkas av detta område.

Åtgärder

Kemikalier
Vårt mål är självklart att exkludera alla kemikalier som är skadliga för miljön och människan. 2015 tog vi fram vår första Restricted Substance List (RSL), en förteckning över begränsade och förbjudna ämnen. Den uppdateras varje år med lite tuffare krav än de i Reach, EU:s kemikalielagstiftning, och hjälper oss i arbetet med att fasa ut farliga kemikalier. I praktiken används listan framför allt till att ställa tydliga krav på innehållet i våra produkter gentemot våra leverantörer.

Vi har fokuserat på att fasa ut några ämnen i våra egenproducerade varor som har en negativ påverkan på miljön:
- Antibakteriella behandlingar som silver eller biocider belastar miljön i onödan och fasades ut från Stadiums egenproducerade varor redan 2015.
- Ftalater fasades ut från våra egna produkter under 2017.
- 2018 var alla våra egenproducerade kläder och skor PFAS-fria, och under 2019 blev även tält och väskor PFAS-fria.

I samband med Vasaloppet 2019 utmanade vi branschen att välja bort skidvalla med PFAS. Från och med 2020 säljer vi *enbart fluorfri skidvalla*.

Vi är stolta över vårt arbete med att fasa ut PFAS, ftalater och antibakteriella ämnen från vårt eget sortiment. För externa varumärken väljer vi att inte köpa in produkter som innehåller ovanstående ämnen.

Dock vill vi informera om att vissa outdoor-material för externa varumärken, i några ytterst få produkter, fortfarande innehåller PFAS. För dessa ytterst få produkter finns en strategi tillsammans med berörda varumärken om att ersätta dessa med material som erbjuder samma funktion utan att innehålla PFAS.

Vi fortsätter att delta i branschens samarbeten inom material och kemikalier för att höja vår kunskapsnivå och vara i linje med EU:s kommande skärpningar av kemikalielagstiftningen.

Mikroplaster
Vi testar fleecekvaliteter för släpp av fibrer. För detta har vi satt ett krav på hur mycket fibrer ett material får släppa för att vi ska kunna använda det till våra plagg. Detta gör vi för att välja det mest hållbara alternativet: ju mindre mängd fibrer som släpps under användarfasen, desto längre håller plagget och desto färre plastpartiklar hamnar i miljön.

Plasthantering kring produkt
I juni förmedlade vi vår uppdaterade packinstruktion till våra leverantörer med ökade krav på returplast på plasten runt produkterna. Vi har även uppdaterat kraven för ökad andel returplast i den plast som används för att säkra lasten när den skickas ut till butikerna. I ett första steg gäller detta för Stadium Outlets lager. Plasten som används istället är även tunnare, vilket innebär att vi genom detta initiativ kunnat minska mängden plast.

Förpackningar
Tillsammans med Billerud har vi tagit fram standardiserade förpackningar för våra transporter. Dessa ökar inte bara fyllnadsgraden, utan förpackningen i sig är också mer resurseffektiv i sin produktion och genererar mindre avfall när den väl återvinns.

Åtgärder i butik
Galgarna i våra nya butiker består av återvunnen polystyren och används i tio år innan återvinning. Vi strävar efter att så mycket butiksmaterial som möjligt ska vara återanvändbart, till exempel i form av long life-material och vändbart material. Att material är vändbart, exempelvis med olika tryck på fram- och baksida, innebär att flera kampanjer kan dela samma skyltmaterial.

Sedan tidigt 2022 har vi i våra svenska butiker successivt bytt ut de plastpåsar som säljs i kassan till påsar av återvunnen nonwoven. Den nya påsen är designad för att användas flera gånger för att på så sätt öka användningen av de påsar som säljs, minska inköp av nya påsar och därmed spara på jordens resurser.

Fokus framåt

- Vi ser över hur konsumentförpackningar och etiketter kan utvecklas för att ge ett mindre avtryck på miljön.

2024013005472

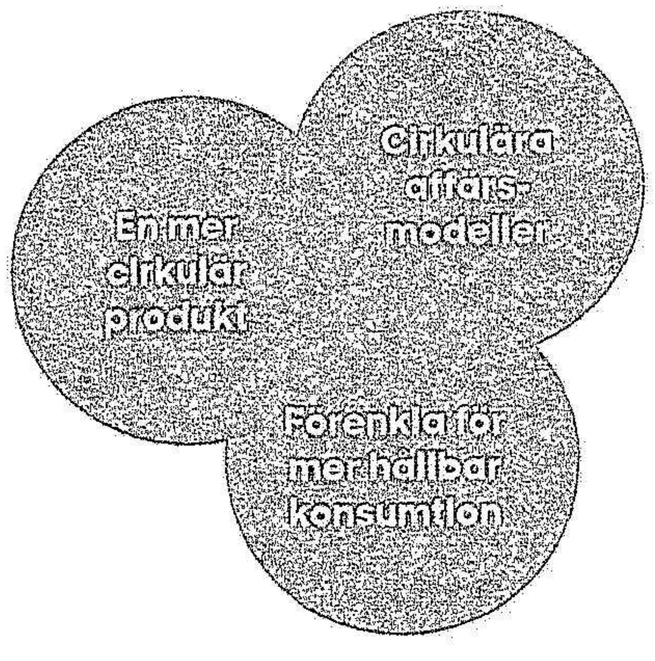
Support the Earth.

Öka cirkulära flöden.

Mål: Mätbara mål fastställs under verksamhetsår 2023/2024.

Att öka våra cirkulära flöden har en stark koppling till våra andra två områden inom Support the Earth: Minska vårt klimatavtryck samt Minska vår negativa påverkan på miljön. Att öka våra cirkulära flöden kommer att ha positiva effekter för båda dessa områden.

Med cirkulära flöden syftar vi till flera aspekter. För det första ska produkten tillverkas mer resurseffektivt och designas för att hålla minst sin tilltänka livslängd, med möjlighet att uppgraderas och återvinnas. Det handlar också om cirkulära affärsmodeller, där vi som företag finner nya långsiktigt lönsamma intäktsströmmar med tjänstefiering och/eller flera intäkter på samma produkt. Slutligen syftar vi även till att underlätta för mer hållbar konsumtion. Det innebär dels att erbjuda mer hållbart tillverkade produkter, dels att hjälpa kunden att välja rätt produkt, vårda denna och sedan efter lång användning ge den vidare för återanvändning, alternativt återvinning om den levt ut hela sin livslängd.



En mer cirkulär produkt.

Vi strävar efter att tillverka produkter som verkar i ett slutet kretslopp från tillverkning till återvinning, där de kan användas mycket och länge. Vi har en bit kvar till denna målbild men tillsammans med branschen gör vi framsteg.

Åtgärder

Design
Vårt designteam formger produkter med fokus på funktion och hållbarhet. Designprocessen tar hänsyn till produktens livslängd och cirkulära processer.

Checklista för cirkulär design och produktutveckling:
- Design med ett syfte
- Hållbara material
- Varaktig kvalitet
- Redo att återvinnas och återanvändas

Kvalitet och inspektioner
Varaktig kvalitet poängteras som en av fyra viktiga aspekter för cirkulär design och produktutveckling. Vi har en längre tid haft fokus på att produkten ska hålla länge, för att ta hänsyn till miljön på bästa sätt. Vi håller höga kvalitetskrav på våra produkter för att ge förutsättningar för lång livslängd och vi utför kontinuerlig kontroll av kvalitet, säkerhet och kemikalier för att upptäcka risker i tid.

Vi använder ett kvalitetsinspektionsverktyg, Qarma, som gör det möjligt att i bilder se produkter, hur de förpackas och inspektionsresultat innan produkterna skeppas.

Sanering
Under 2022/2023 sanerade vi av olika anledningar totalt 21 816 produkter. Mögel, fukt, lukt, fläckar och produktionsfel tillhörde de vanligast förekommande orsakerna. Saneringen görs lokalt i Norrköping nära våra distributionscentraler. Genom att på detta sätt hantera de produkter som bedömts som icke säljbara i sitt befintliga skick har vi gjort 21 816 produkter säljbara och inga har behövt kasseras. Enstaka produkter med estetiska fel skänks till Human Bridge.

Se hållbarhetsnot H8 för ytterligare information.

Fokus framåt

- Under kommande verksamhetsår ska vi fastställa definitionen av en Cirkulär produkt. Därtill ska vi målsätta hur stor andel av våra egna varumärken, till en början, som ska vara klassade som Cirkulär produkt.
- Vi fortsätter öka användandet av återvunnet material i våra produkter.
- Vi fortsätter med samarbeten med fokus på att cirkulera textila fibrer.
- Vi undersöker tillgång till återvunna plaster och metaller för våra hårda produkter.
- Vi följer uppdateringen gällande producentansvar för textiler och vad det kommer att innebära för oss.

2024013005473

Support the Earth.

Öka cirkulära affärsmodeller.

Som en del av vårt arbete med att minska vårt klimatavtryck och påverkan på miljön, samt att förenkla för kunden att agera mer hållbart, ser vi över hur vi kan utveckla cirkulära affärsmodeller med långsiktig lönsamhet.

▷ **Åtgärder**

Stadium Rental
December 2022 utökades Stadium Group med verksamhet inom uthyrning. Affärsområdet Stadium Rental erbjuder uthyrning av sportprodukter, inledningsvis med fokus på alpin- och snowboardutrustning. Vår första butik ligger i Åre och till vintersäsongen 2023/2024 öppnar vi vår andra butik i Sälen. Med Stadium Rental kan vi hålla en hög kvalitets- och användningsgrad för respektive produkt, helt i linje med vår målbild om ökade cirkulära flöden.

Second hand
Vi har under året undersökt olika upplägg för second hand och dragit flera lärdomar. Vi är nyfikna på området och fortsätter att se över olika alternativ.

▷ **Fokus framåt**

- Stadium Rental innebär ett nytt verksamhetsområde för oss. Vi fortsätter att lära oss under resans gång och utvecklar vårt erbjudande efter dessa lärdomar och utifrån feedback från intressenter.
- Vi fortsätter att undersöka och testa upplägg för second hand för att identifiera om, och i så fall hur, det kan bli en långsiktig affärsmodell för Stadium.



”Ett viktigt steg i vårt hållbarhetsarbete är att hitta affärer som är cirkulära och erbjuder komplement till vår butiks- och e-handelsförsäljning.

Daniel Löfkvist, COO & VP

2024013005474

Support the Earth.

Förenkla för mer hållbar konsumtion.

Den mest hållbara produkten är den som används och kan användas länge. Att köpa en produkt som sedan knappt används är inte hållbart, varken för miljön eller ekonomin. De produkter vi säljer ska hålla i kvalitet utifrån tilltänkt livslängd. Detta har vi möjlighet att arbeta för genom att i våra butiker och på våra hemsidor hjälpa kunderna att hitta den produkt som matchar deras behov. Därtill ska vi erbjuda produkter och tjänster som hjälper kunderna att vårda sina produkter och låta de leva vidare på annat håll när de själva inte längre har behov av dem.

Åtgärder

Skyltar, märkningar och information i butik och hemsidan

För att enklare kunna göra mer hållbara val hos Stadium och Stadium Outlet har vi för e-handeln tagit fram en egen hållbarhetsmärkning – Hjärtat. Märkningen innebär att vi anser att produkten är ett mer hållbart alternativ. Samma märkning gäller för samtliga varumärken.

För att en produkt ska märkas med Hjärtat behöver den leva upp till minst ett av följande krav:

- Återvunnet material – minst 50 procent av produkten
- Vatten- och energibesparande infärgningsmetod – minst 50 procent av produkten
- Hållbar bomull – minst 50 procent av produkten
- Hållbart cellulosabaserat material – minst 50 procent av produkten

Se hållbarhetsnot H6 för ytterligare information.

Märkningen används även för transport. För att ett leveransalternativ ska märkas med Hjärtat i vår e-handel ska transporten från lager till kund ske med fossilfritt drivmedel.

I samband med våra intressentdialoger var en av slutsatserna att majoriteten av våra kunder vill ha internationella certifieringar eller Stadiums egna märkningar på kläder, skor och utrustning. Därför fortsätter vi att se över hur vi på bästa vis kan underlätta för våra kunder att göra hållbara val genom märkningar på plagg, informationsskyltar i butik eller nya sökvägar på vår hemsida.

Vi har utbildat berörda funktioner i produktkommunikation utifrån ett hållbarhetsperspektiv, samt i hur de ska förhålla sig till om en produkt ska kvalificeras för Stadiums hållbarhetsmärkning eller inte. Vi använder certifikat för att verifiera materialets ursprung och ser även över flera sätt att säkerställa detta på. Sedan slutet av verksamhetsår 2021/2022 tar vi stickprov på mekaniskt återvunnen polyester, där vi genom kemikalieanalyser kan verifiera materialets ursprung. Spårbarhet och tydlig kommunikation mot kund är ett pågående arbete där vi även följer kommande lagstiftning för hur vi ska kommunicera med kunderna för att hjälpa dessa att göra mer hållbara val.

Förlänga livslängden på produkten

Repamera

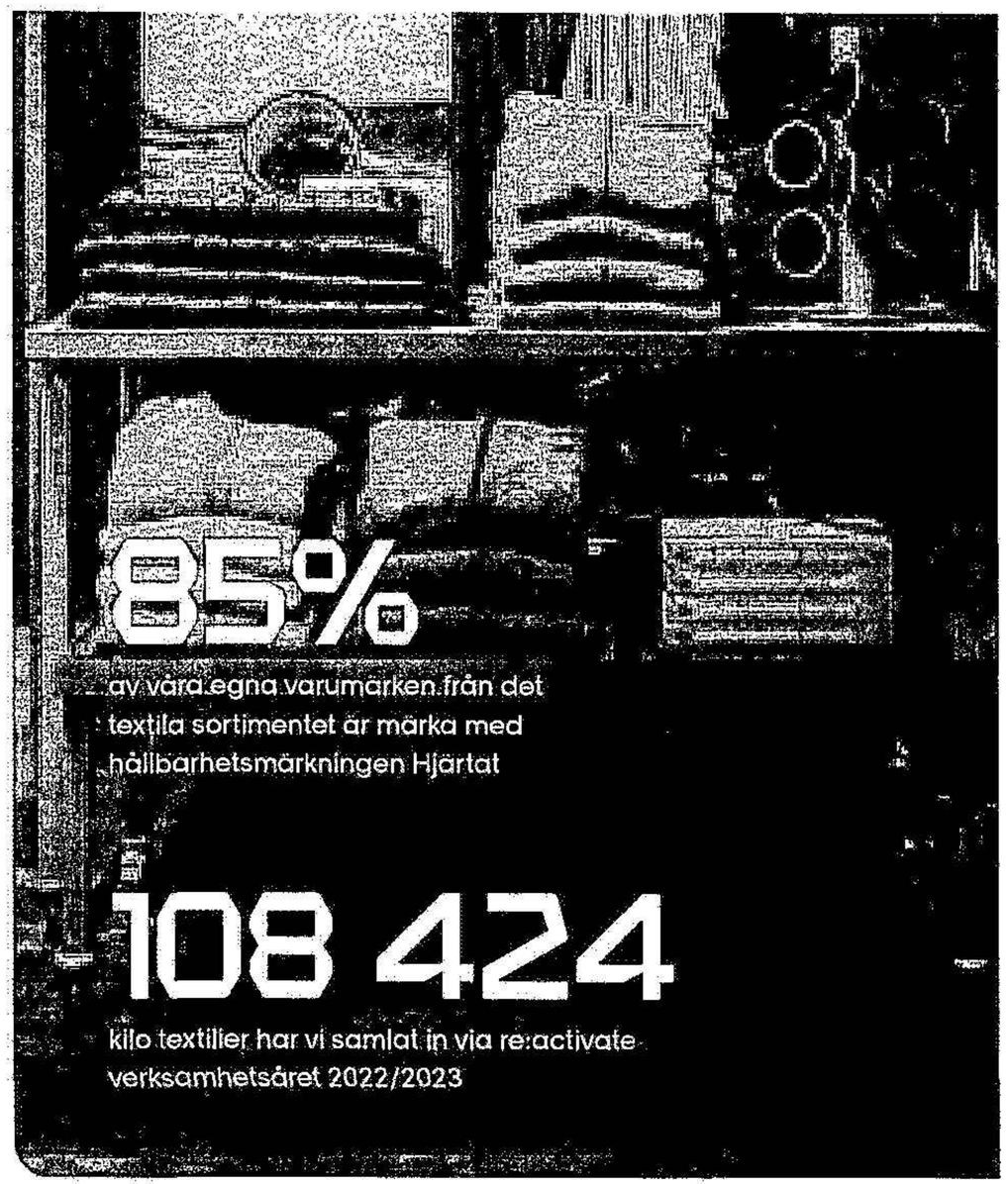
2023 startade vi upp ett samarbete med Repamera där alla Stadium Member i Sverige erbjuds rabatterade priser på lagning av kläder, skor och väskor i alla material. På så sätt vill vi förenkla för våra medlemmar att förlänga livet på gamla favoriter.

Re:activate

Human Bridge och Stadiums initiativ re:activate vill ge nytt liv åt produkter som våra kunder inte längre har användning för. Satsningen innebär att sportprodukter som inte längre används skänks till Human Bridge via de insamlingslådor som finns i alla Stadiums och Stadium Outlets butiker. På så sätt bidrar vi till att kläder och sportprodukter kommer till nytta för fler, samtidigt som vi hjälper till att spara på jordens resurser. Allt insamlat material skickas för återanvändning eller återvinning.

Fokus framåt

- Vi följer noga den utveckling som sker inom juridiken för kommunikation kring hållbarhet och anpassar oss därefter.
- Hösten 2023 startar vi upp re:activate för våra norska butiker. Detta sker i samarbete med organisationen UFF, som kommer att vara den part som hjälper oss att förmedla insamlat material vidare.



2024013005475

Support the Earth.

Medlemskap.

STICA

Vi är stolta medlemmar i The Swedish Textiles Initiative for Climate Action (STICA). Syftet med STICA är att stödja kläd- och textilindustrin och dess intressenter i Norden i arbetet med att minska utsläppen av växthusgaser. Detta sker i linje med 1,5-gradersmålet, som beskrivs av FN:s ramverk för klimatförändringar och Parisavtalet. De klimatmål Stadium har satt är i linje med Parisavtalets mål. I slutändan är STICA:s mål att se till att den svenska och nordiska textilindustrin gör mer än sin andel långt före 2050. Bakgrunden är att textilbranschen har stor negativ miljöpåverkan. Genom nätverket kan medlemmarna lära av varandra och skapa verktyg för att mäta utsläpp och finna lösningar för att minska avtrycket. Enligt standarden Green House Gas Protocol (GHG) behöver vi, i linje med 1,5-gradersmålet, minska utsläppen med 50 procent.

▷ *sustainablefashionacademy.org/STICA*

CDP

2021 anslöt vi oss till ett treårigt samarbete med CDP, en global ideell organisation som hjälper företag, städer, stater och regioner att mäta och hantera sina risker och möjligheter kring klimat och miljö. Genom CDP:s globala miljörapporteringssystem kan leverantörer dela miljödata så att deras kunder kan följa upp och accelerera sitt miljöarbete.

▷ *cdp.net/en*

ELEVATE

Vi samarbetar sedan 2017 med ELEVATE, en global oberoende part med expertis inom hållbara leverantörskedjor. ELEVATE genomför oberoende inspektioner på de fabriker vi använder.

▷ *elevatelimited.com*

SSEI

Initiativet till SSEI (Swedish Shoe Environmental Initiative) kommer från den svenska skobranschen och nätverket startades 2012. En viktig del av SSEI:s verksamhet är kunskapsuppbyggnad kring miljöfrågor, främst genom de nätverksmöten som SSEI arrangerar två gånger per år.

▷ *ssei.se*

Textile Exchange

Sedan början av 2021 är Stadium medlemmar i den globala ideella organisationen Textile Exchange. Medlemskapet tillgängliggör kunskap och verktyg inom organisationens tre kärnområden: fibrer och material, integritet och standarder samt leveranskedjor. Vi ser att denna kunskapsdelning adderar stort värde i vår resa mot att nå våra klimatmål.

▷ *textileexchange.org/*

Svensk Handel

Svensk Handel är en viktig part för att vi ska få korrekt information om vad som sker inom lagstiftning och för att kunna påverka genom att förmedla hur branschen berörs av olika ändringar.

▷ *svenskhandel.se/*

Kemikaliegruppen RISE (The Research Institute of Sweden)

Kemikaliegruppen sprider den senaste kunskapen inom kemi- och miljörelaterade frågor till medlemsföretag i textil- och elektronikbranschen. I dag består nätverket av över 120 medlemsföretag.

▷ *i.se/sv/vad-vi-gor/natverk/natverket-kemikaliegruppen*

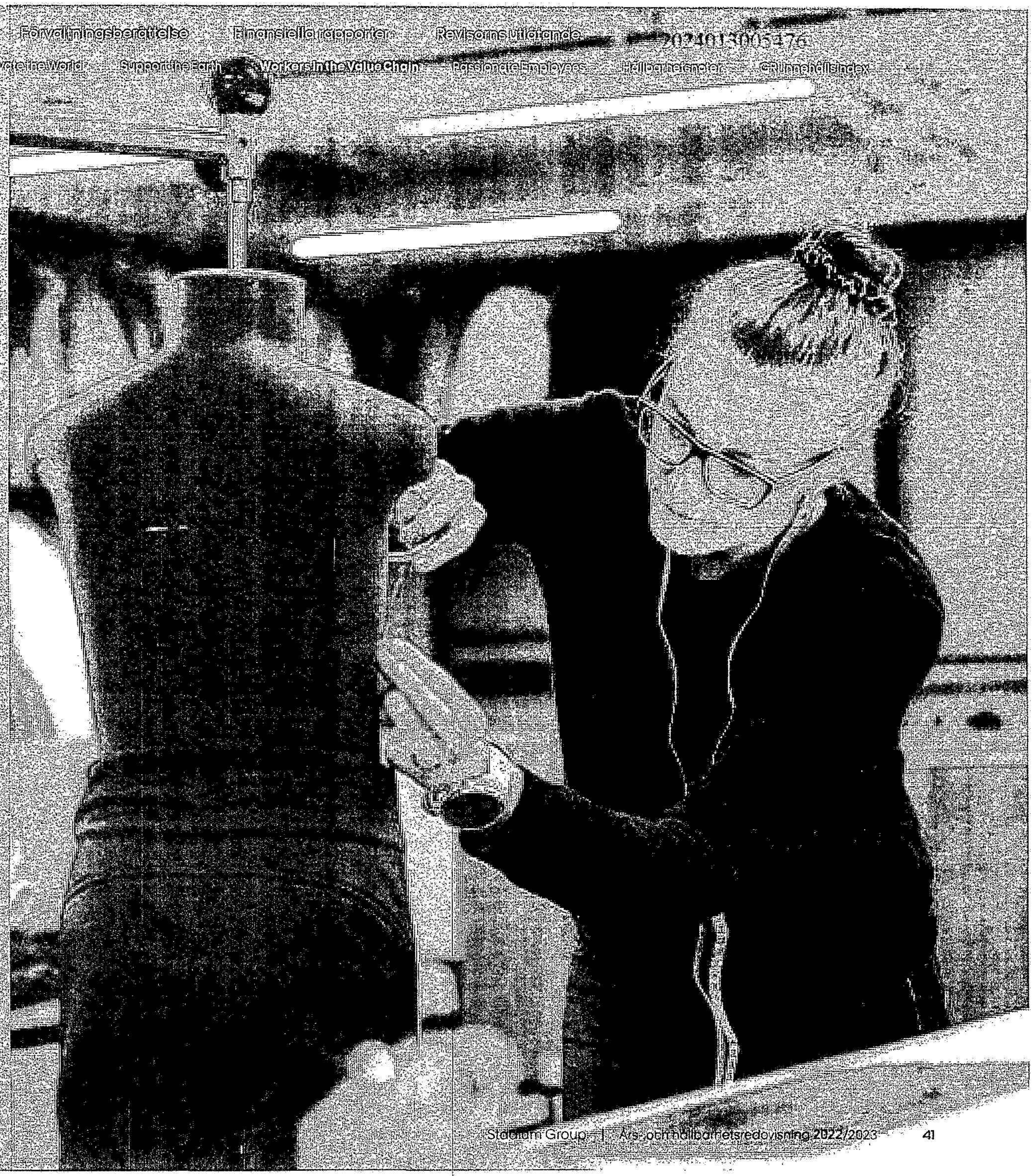
Miljögruppen TEKO

Arbetet i TEKO:s miljögrupp berör och behandlar aktuella hållbarhetsfrågor, befintlig och kommande lagstiftning inom området samt socialt ansvar. TEKO har ett nära samarbete med myndigheter som är involverade i beslut gällande textilindustrin och kan representera branschen via dialoger som förs i miljögruppens möten.

▷ *teko.se/hallbarhet/miljogruppen/*

Fokusområde:

Workers in the Value Chain.



20240130054777

Ansvarsfull tillverkning.

Workers in the Value Chain.

Område	Mål 2025/2026	Utfall 2022/2023	2021/2022	2020/2021
Ansvarsfull tillverkning	80 procent av tillverkningen ska ske på fabriker Tier 1 med social gradering A+B	81 %	78 %	74 %

Styrning
Vår ambition är att våra produkter ska vara socialt, miljömässigt och etiskt hållbara. Det förutsätter tydliga riktlinjer samt nära och långsiktiga samarbeten med våra leverantörer. Affärsrelationens omfattning ska spegla nivån av hållbarhet, regelefterlevnad och övergripande prestation, samt hur leverantören genom proaktivt agerande visar vilja till förbättring och utveckling.

Vi utvärderar våra leverantörer ur ett produkt- och affärsperspektiv samt utifrån deras förmåga att följa våra riktlinjer. Vi uppmanar alla leverantörer att utöver våra obligatoriska krav även stödja våra värderingar och förmedla behovet av kontinuerliga och proaktiva förbättringar i sina led – precis som vi gör inom vår egen organisation.

Stadium är i produktionssammanhang en relativt liten aktör. För att nå en starkare position, och därmed kunna öka vår påverkansgrad för en mer hållbar produktion, satsar vi på nära samarbeten med ett begränsat antal leverantörer. Genom att koncentrera oss på ett färre antal leverantörer skaffar vi oss mer inflytande och högre påverkansgrad. Stora förändringar sker i omvärlden och vi ser hur värdefulla dessa nära relationer är när vi tillsammans måste finna lösningar på nya utmaningar.

Risker i vår produktionskedja
De största riskerna finner vi uppströms i vår värdekedja, det vill säga i produktionsledet, då delar av vår produktion sker i utvecklingsländer. Leverantörerna i de utvecklingsländer där vi producerar har i många fall pågående sociala engagemang och visar alla på stor vilja till utveckling och förbättring, helt i linje med vår värdegrund. Vi vill fortsätta samarbeta med dessa leverantörer och vara en del av deras utveckling mot att bli än mer socialt och miljömässigt hållbara. Exempel på hur vi kan bidra till detta är genom åtgärdsplaner och förbättringsprogram som syftar till att åtgärda sociala och miljömässiga aspekter som kan hanteras bättre.

Några av de länder där vi är verksamma betraktas som högriskområden. Detta innebär att det finns risk för att mänskliga rättigheter och arbetsrättigheter inte respekteras och att barn- och tvångsarbete kan förekomma. Genom inspektioner i fabrikerna genomförda av tredje part, samt fabriksbesök av medarbetare från Stadium med ansvar inom området, vill vi kontrollera att mänskliga rättigheter respekteras. Kontinuiteten av inspektion och uppföljning ökar om vi ser en förhöjd risk för att mänskliga rättigheter inte respekteras fullt ut.

Pakistan, Myanmar och Bangladesh tillhör de länder som enligt vår bedömning har en förhöjd risk. Riskerna är mindre hos våra förstahandsleverantörer, men tenderar att öka längre ner i leverantörskedjan. Även bomullsproduktionen i exempelvis Kina, Indien och Uzbekistan är riskutsatt.

Eftersom produktion av bomull har mycket stor miljöpåverkan har vi som långsiktig målsättning att minska vår användning av bomull och ersätta med mer hållbara cellulosamaterial.

Fokus på transparens i vår dialog och uppföljning av våra leverantörer bidrar till att minska våra risker. Genom mer medvetna och spårbara val minskar vi även risken för att råmaterial kommer från källor där mänskliga rättigheter inte respekteras.

Tillsammans med andra
Genom en transparent dialog med våra intressenter – kunder, branschkollegor, organisationer, leverantörer – och genom dem de samhällen där vi är verksamma, kan vi främja en hållbar produktion. Genom branschsamarbeten får vi större genomslagskraft och möjlighet att påverka utvecklingen.

Accord
2014 gick vi med i Bangladesh Accord, ett initiativ som gjort skillnad för närmare två miljoner arbetare i Bangladesh. Initiativet har fokus på säkra arbetsplatser och möjligheten att som arbetstagare kunna påtala brister i sin arbetsmiljö. Vi har idag ett avtal med The International Accord, som fortsätter stötta arbetet i Bangladesh och behov av utveckling inom hälsa och säkerhet för textilarbetare. Vi kommer i framtiden utvärdera behovet av att innefatta ytterligare en produktionsmarknad.

internationalaccord.org

De fabriker vi haft aktiva i Bangladesh under året har uppfyllt 97 procent av sina åtgärdsplaner och omfattats av 17 inspektioner.

ELEVATE
Vi samarbetar sedan 2017 med ELEVATE, en global oberoende part med expertis inom hållbara leverantörskedjor. ELEVATE genomför oberoende inspektioner på de fabriker vi använder.

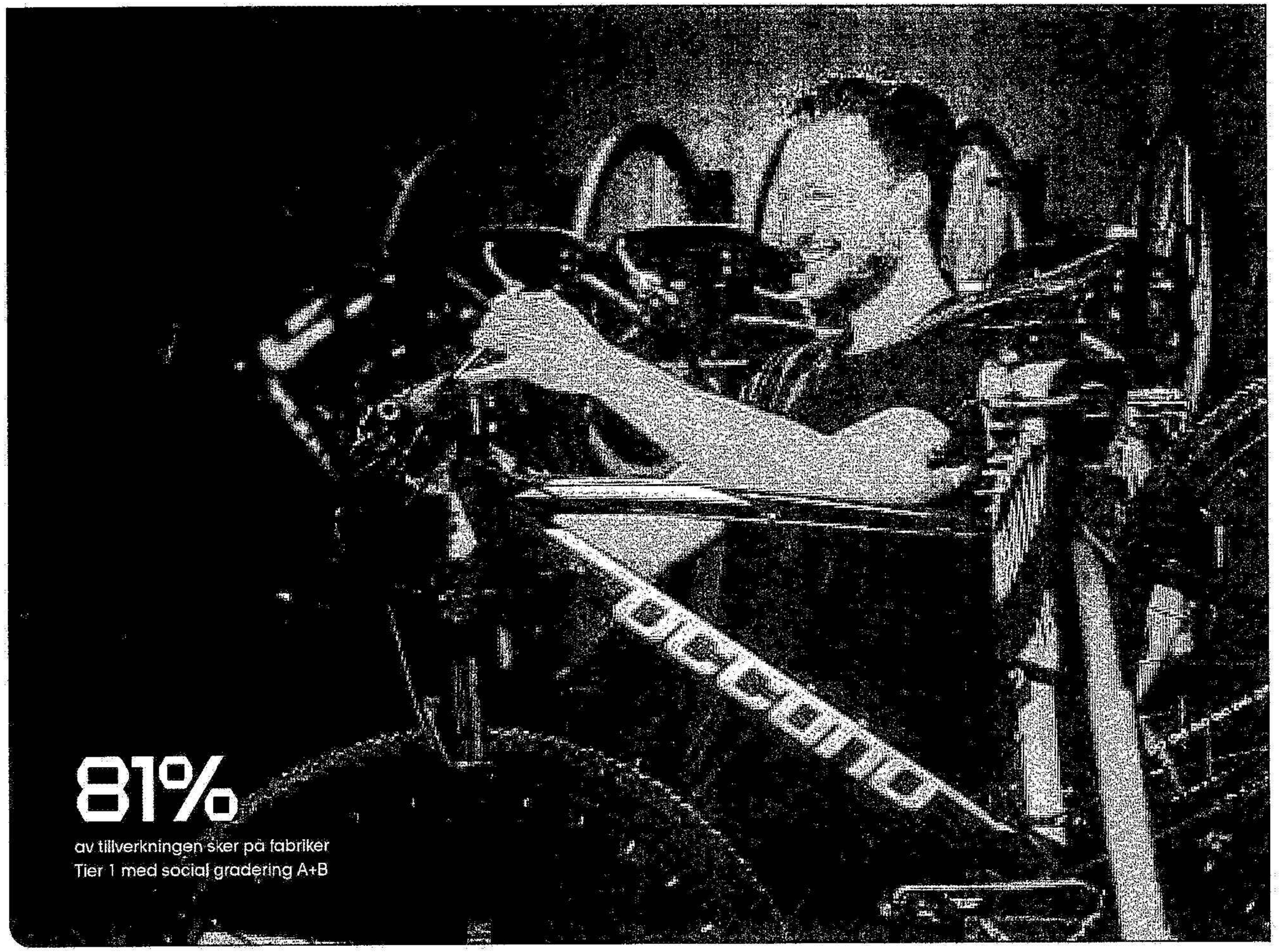
elevatelimited.com

2024013005478

Workers in the Value Chain.

Ansvarsfull tillverkning.

Mål: 80 procent av tillverkningen ska ske på fabriker Tier 1 med social gradering A+B.



Vi vill att tillverkning av våra produkter ska ske på ett ansvarsfullt sätt i linje med vår Uppförandekod och Affärsetiska kod. Det är därför viktigt för oss att de leverantörer vi väljer att samarbeta med delar denna ambition och agerar därefter. I vårt arbete för att säkerställa detta har vi en definierad process för hur vi ingår samarbete med produktionsleverantörer och hur uppföljningen av detta samarbete ska fortlöpa. Fabrikerna inspekteras och graderas efter utfall. Därigenom kan vi föreslå åtgärder när vi ser att fabriker brister och tillsammans hjälpas åt att förbättra villkoren på en fabrik.

Ett samarbete med en fabrik som inte vill genomföra de åtgärder vi ser som nödvändiga för fortsatt samarbete avslutas. Vårt främsta fokus är dock att identifiera eventuella utmaningar och hjälpas åt att åtgärda dessa. Vår målsättning fram till 2026 är att 80 procent av produktionen ska ske på fabriker med social gradering A+B, vilket vi redan idag har nått. Detta är vi stolta över och vi kommer att försöka öka andelen ytterligare framöver. Det finns därmed ett utrymme för fabriker som ännu inte ligger på A+B, och vi vill vara en drivande kraft för att dessa fabriker ska utvecklas i en mer hållbar riktning.

Åtgärder

Process för samarbete med produktionsleverantörer

Vi följer en definierad process för hur vi ingår samarbeten med produktionsleverantörer och hur dessa samarbeten ska följas upp. Att denna process följs är högst väsentligt i vårt arbete för ansvarsfull tillverkning.

Inför ett samarbete

Alla leverantörer och fabriker är granskade och godkända av Stadium innan ordern placeras. Inför ett samarbete med nya leverantörer, fabriker och marknader genomförs först en

2024013005479

Workers in the Value Chain.

riskanalys och därefter en inspektion (undantag för inspektion kan göras för skandinavisk och nordeuropeisk produktion efter riskanalys). Inspektionen innefattar kvalitetsaspekter och sociala aspekter samt, i mindre omfattning, miljöaspekter. När vi ingår ett samarbete ska leverantören bland annat signera vår Uppförandekod och Affärsetiska kod och förbinder sig därmed att agera efter dessa. Koderna ska vidare läsas igenom och signeras årligen av leverantören. Sedan slutet av verksamhetsåret 2021/2022 genomförs även en fördjupad inspektion med fokus på endast miljöaspekter. Läs mer om denna utveckling på sidan 46. För statistik över genomförda inspektioner, se sidan 46.

Produktionen speglar Stadiums sortiment av egna varumärken och består i huvudsak av skor och kläder, men också av idrotts- och skyddsutrustning.

Uppföljning genom inspektion

Vår process för inspektioner genomsyras av transparens och gemensamt förbättringsarbete. För att granska och verifiera en leverantörs förmåga att följa vår Uppförandekod genomför ELEVATE fabriksinspektioner. Vid inspektion läggs stor vikt vid att kunna verifiera att till exempel dokumentation och uppgifter från arbetsgivare och arbetstagare samstämmer. Vid de tillfällen vi nekas tillgång till relevant information ges den lägsta rankingen, då icke-transparens är en av våra nolltoleranser.

Vi ser transparens som grunden till en ansvarsfull och hållbar affärsrelation. I praktiken innebär det att om vi nekas tillgång till relevant information eller möjlighet att verifiera uppgifter leder detta till ett icke godkänt resultat.

Gradering av leverantörer

Utfallet från inspektionerna ger oss underlag för att gradera leverantörerna på en skala från A till D där A är högst. I beräkningarna bakom graderingen utgår vi från värdet 100. Varje nedslag (anmärkning) viktas och ger olika avdrag beroende på om det gäller en mindre allvarlig avvikelse eller en kritisk avvikelse från internationella eller nationella lagar eller vår Uppförandekod. Summan av nedslagen dras sedan av från 100 och klassas in i graderingen A, B, C eller D.

Nivå D behöver inte betyda underkänt, men det är en nivå som vi inte kan acceptera över tid utan att komma till rätta med kritiska punkter. Vi vill se ett positivt resultat av att fabrikerna arbetar aktivt med förbättringsåtgärder för att affärsrelationen ska kunna fortgå eller ens inledas. Självklart är vår ambition att en så stor del som möjligt av vår produktion ska tillverkas på högt rankade fabriker.

Korrigerande åtgärdsplaner (CAP)

Stadium äger utfallet från en inspektion och därmed själva uppföljningen. Beroende på utfall kan uppföljningen innebära upprättande av korrigerande åtgärdsplaner, så kallade CAP:s (corrective action plan). Syftet är att säkerställa utveckling och förbättring. Genom åtgärdsplaner vill vi säkerställa att våra leverantörer agerar proaktivt och kan garantera mänskliga rättigheter, arbetstagarrättigheter och miljöskydd samt motverka korruption i praktiken – inte bara på pappret. Åtgärdsplaner sätts inom givna tidsramar för att möjliggöra planering för uppföljning. Tillsammans med våra leverantörer ska vi agera på ett transparent och ödmjukt sätt i alla våra produktionsled och gemensamt verka för en mer hållbar framtid.

Förbättringsprogram

De flesta fabriker kan hantera sin åtgärdsplan och utveckling på egen hand i samråd med och med uppföljning från Stadiums egen personal. Det är dock vår fortsatta ambition att ge de leverantörer som inte utvecklas i rätt riktning en möjlighet att gå in i förbättringsprogram och få extern support. ELEVATE är med och stöttar vid åtgärdsprogram som pågår mer intensivt under en längre period och vars mål är att säkra en långsiktig förändring inom mer omfattande eller kritiska områden. Med ELEVATE som partner håller vi oss uppdaterade om branschens utveckling och våra leverantörer får support lokalt vid behov.

Se hållbarhetsnot H10 för ytterligare information.

Leverantörsbas

Vår leverantörsbas består av tillverkare med egna fabriker, underleverantörer till dessa, handelsföretag samt i vissa fall importörer. Sedan februari 2020 finns vår fabrikslista publik på vår hemsida.

Alla producenter vi samarbetar med, vilket även inkluderar externa varumärken, måste följa riktlinjerna i vår Uppförandekod och vår Affärsetiska kod. Uppförandekoden omfattar bland annat mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö, antikorruption och djuromsorg. Den bygger på de tio principerna i FN:s ramverk Global Compact och dess underliggande internationella konventioner och deklarationer. Vår Affärsetiska kod förtydligar ytterligare vårt ställningstagande vad gäller mutor och oetiska affärsrelationer. Dessa koder godkänns och signeras av leverantören inför ett samarbete och därefter årligen. Utöver villkoren i våra koder följer vi givetvis EU:s lagkrav och riktlinjer för miljö, produktsäkerhet och kemikalier.

Se hållbarhetsnot H4 för ytterligare information.

2024013005480

Workers in the Value Chain.

Fokus framåt

- Vi fortsätter att föra kontinuerliga dialoger med våra leverantörer gällande social hållbarhet. Detta för att än mer öka medvetenheten och skapa ett gemensamt ansvar för att uppnå uppsatta mål.
- Vår kartläggning av materialleverantörer pågår. På samma sätt som vi konsoliderat affären till ett färre antal produktleverantörer jobbar vi även i materialleverantörsledet för att öka vår påverkansgrad och möjligheten att nå våra mål.
- Som nya medlemmar i Sustainable Apparel Coalition (SAC) har vi tillgång till fler resultat från fler leverantörer och underleverantörer genom Higg-modulen FSLM och arbetet når längre tillbaka i produktionskedjan.
- Till 2030 är vår målsättning att 90 procent av tillverkningen ska ske på fabriker med social gradering A+B.



137

aktiva enheter i produktion under verksamhetsår 2022/2023

53

genomförda inspektioner under verksamhetsår 2022/2023

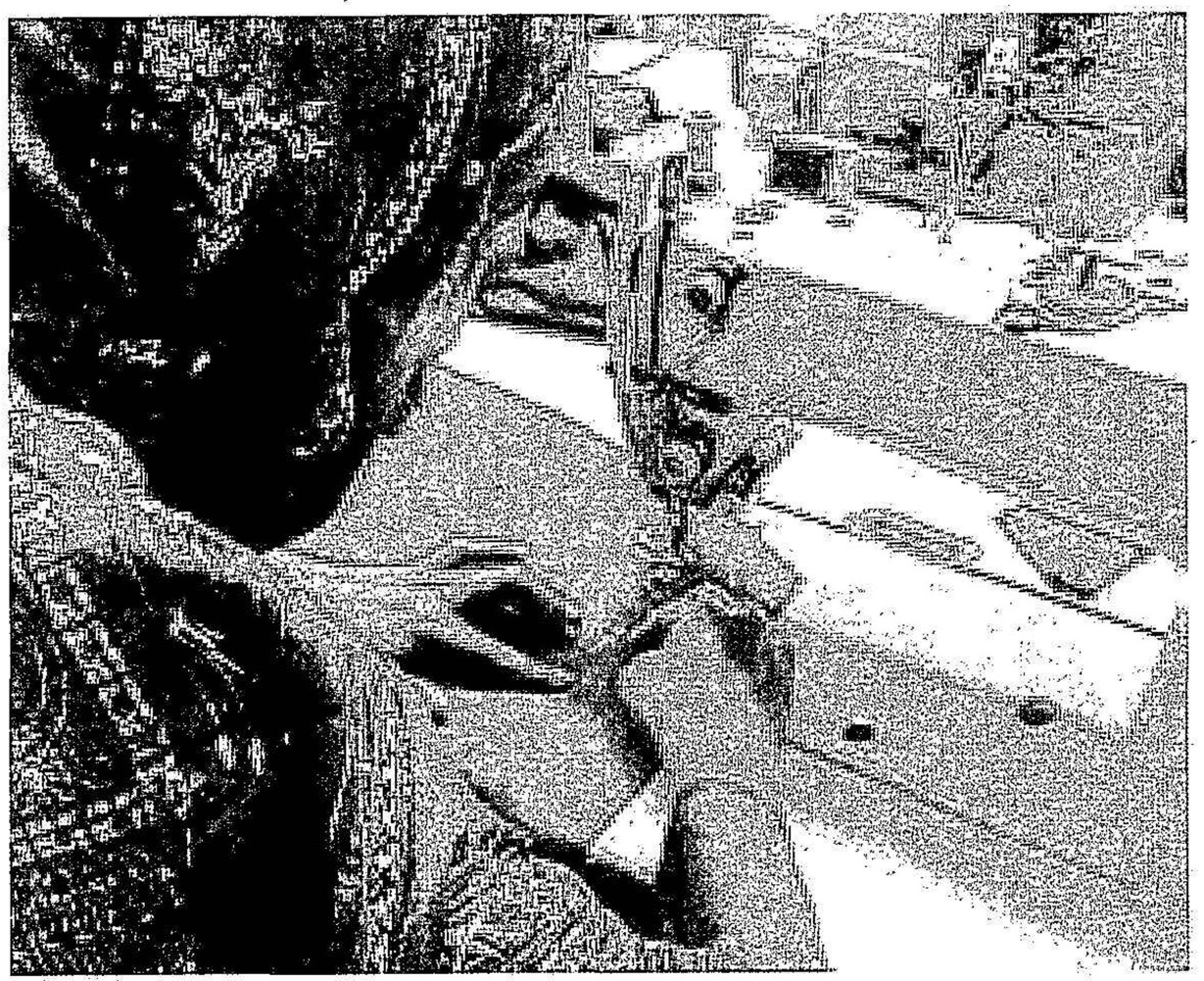
2024013005481

Mer klimatsmart tillverkning i Bangladesh.

Klädtillverkningen i Bangladesh är en industri i snabb förändring, där miljöanpassade, mer hållbara och etiska produktionsmetoder har introducerats. Incredible Fashions Ltd. (IFL) har det senaste årtiondet varit en del av denna utveckling.

Stadiums och IFL:s affärsrelation startade 2016. Våren 2023 besökte medarbetare från Stadium IFL:s fabrik i Bangladesh och tog bland annat del av de framsteg de gjort i sitt hållbarhetsarbete sedan senaste besöket.

– IFL var en av landets första fabriker som tilldelades certifieringen LEED Gold, säger Ashna Huq Quasem som är Director på IFL. Vi har satsat på innovativa metoder för avfallshantering, mer hållbara tillverkningsmaterial och produktionstekniker, hållbara verksamhetsmetoder och, framför allt, att uppnå socio-ekonomisk förändring i samhället.



Miljövänliga material

Ashna Huq lyfter fram valet av miljövänliga material som en grundpelare i IFL:s arbete.

– Vi arbetar kontinuerligt med att utveckla vår kunskap kring att ta fram produkter baserade på mer hållbara material. Vi jobbar bland annat med ekologisk bomull, blandningar av återvunnen bomull och polyester samt hållbara cellulosamaterial. Vi arbetar också i cirkulära system, i och med att vi använt återvunnet garn tillverkat av vårt eget produktionsavfall.

Grön infrastruktur

Engagemanget för hållbarhet omfattar även företagets infrastruktur.

– Vi samarbetar enbart med färgerier som kan garantera etisk och effektiv avfallshantering, förklarar Ashna Huq. En av våra främsta samarbetspartner för infärgning driver Bangladeshs första reningsverk för minimerat restavfall och reducerad vattenförbrukning.

Denna process kallas zero-liquid discharge och säkerställer att det inte sker några utsläpp av industriellt avloppsvatten i miljön. Anläggningen i fråga har också försetts med kondensavskiljare och återvinningspump i sektionerna för tvätt, efterbehandling, färgning och strykning. Kondensvattnet samlas upp och överförs sedan till pannans matartank, vilket ökar tanktemperaturen och minskar förbrukningen av naturgas.

– Därutöver har vi börjat installera solpaneler på taken och vi använder energieffektiva lösningar där det är möjligt. Vi samlar också upp regnvatten som renas och används för olika ändamål runt om i fabriken.

Medarbetarnas välbefinnande

– Personalens välbefinnande är något vi sätter i första rummet och vi går långt utöver lagkraven, fortsätter Ashna Huq. Vi erbjuder rimliga löner inklusive motivationsbonusar, kostnadsfri lunch, säkra arbetsförhållanden och möjligheter till hård och mjuk kompetensutveckling. Vi har öppnat en lågprisbutik i anslutning till fabriken där de anställda kan köpa baslivsmedel och andra produkter till kraftigt subventionerade priser. Vi erbjuder också sjukförsäkring till alla anställda och samarbetar med ett lokalt sjukhus för att kunna erbjuda läkarbesök.

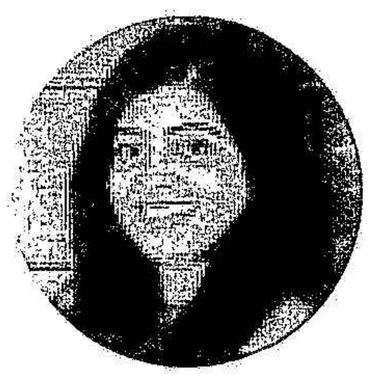
Kvinnors rättigheter är också en integrerad del av IFL:s vision att skapa bestående social förändring, berättar Ashna Huq .

– Kvinnor utgör ungefär hälften av personalstyrkan. IFL erbjuder specifik utbildning för att fler kvinnor ska befordras upp i produktionsledet och kunna inta chefsroller. Vi tror också att vi genom att stärka kvinnors position kan stärka hela samhällsgrupper.

Kvinnliga anställda får gå utbildningar i reproduktiv hälsa, mödravård och menstruationshälsa, och får dessutom fri tillgång till mensvårdsprodukter. Detta initiativ skyddar kvinnors hälsa, säkerställer förbättrad produktivitet och gynnar samhället i stort eftersom de anställda delar med sig av sin kunskap i hemmen.

Samarbete och partnerskap

– På IFL är vi medvetna om att systemförändringar kräver samverkan. Vi samarbetar aktivt med inköpare, leverantörer och andra tillverkare och intressenter i branschen med att dela bästa praxis och lyfta fram principer kring hållbarhet. Genom att bygga en gemenskap av likasinnade organisationer hjälper IFL till att främja en bredare förändring mot hållbar klädtillverkning.



Ashna Huq Quasem
Director, IFL

Fokusområde:

Passionate Employees.



2024013005483

Nordens mest stolta och passionerade medarbetare.

Passionate Employees.

Område	Mål 2025/2026	Utfall 2022/2023	2021/2022	2020/2021
En företagskultur som speglar våra värderingar	Uppnå ett resultat på 80 i vårt Checkpointindex	78	*Checkpointindex infördes 2022/2023*	
En inkluderande arbetsplats	Uppnå värdet 90 för upplevelsen av psykologisk trygghet på arbetsplatsen	83	*Mätning av psykologisk trygghet infördes 2022/2023*	
En trivsam och trygg arbetsmiljö	Uppnå ett resultat på 85 i vårt Arbetsmiljöindex	85	*Arbetsmiljöindex infördes 2022/2023*	

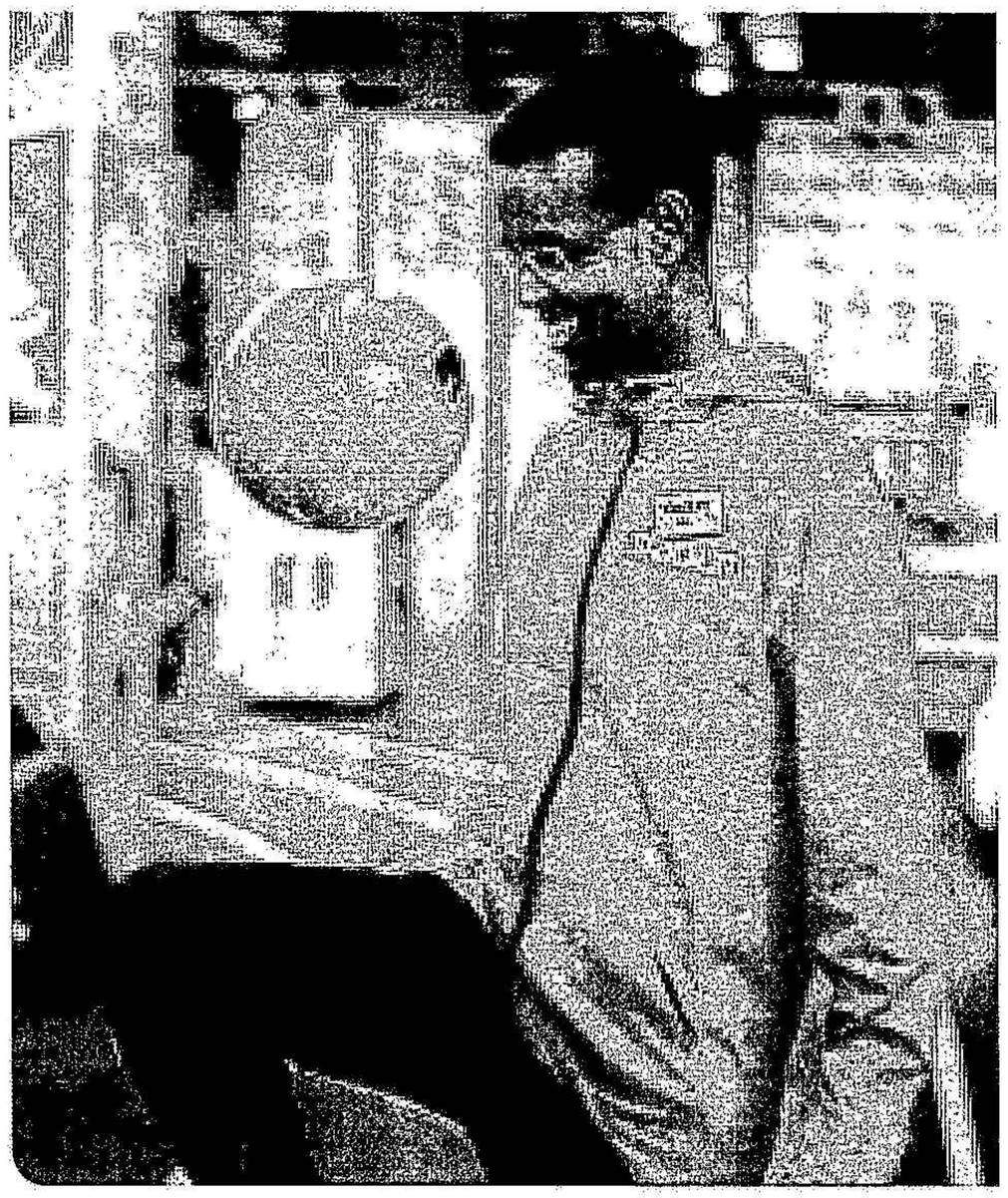
Styrning

Vår kultur bygger på våra värderingar, som vi kallar våra High5. Värderingarna utgör vårt DNA, de vägleder vårt agerande och vi arbetar aktivt för att de ska finnas med i vårt dagliga arbete. Detta sker bland annat genom ledarskap, utbildning, information, medarbetarsamtal och policyer.

Policyer som leder organisationen i önskad riktning finns för bland annat arbetsmiljö, alkohol och droger, mångfald och jämställdhet, kränkande särbehandling, GDPR, miljö, resor och IT. På Stadium Arena, vårt intranät och vår digitala mötesplats, har alla medarbetare tillgång till företagets policyer samt rutiner och riktlinjer för sin anställning. Stadium Arena ger också tillgång till information och nyheter som våra medarbetare behöver ha vetskap om i våra länder, på lokalt språk. 100 procent av våra medarbetare Sverige, Finland och Norge omfattas av kollektivavtal.

Genom Stadium Academy, vårt digitala utbildningssystem, utbildas vår personal löpande inom aktuella ämnen för respektive avdelning. Vissa utbildningar är obligatoriska, till exempel de som gäller för våra policyer och värderingar. Dessa följs också upp med tester i utbildningssystemet. För att veta om vi är på rätt väg när det gäller vår medarbetarfilosofi och vår målbild följer vi bland annat upp utbildningsstatistik i Stadium Academy. Här ser vi hur stor andel av medarbetarna som genomfört obligatoriska utbildningar. Utfallet från vår årliga medarbetarundersökning med fokus på arbetsmiljö, inkludering och värderingar samt utfallet från de kvartalsvisa pulsmätningarna hjälper oss som organisation och team att utvecklas i rätt riktning. Utvecklingssamtal mellan chef och medarbetare ska genomföras två gånger per år. Genom vår visselblåsarfunktion har alla anställda också möjlighet att anonymt anmäla eventuella oegentligheter.

The Stadium Way skrivs på vid anställningsavtalet och beskriver medarbetares ansvar att agera affärsetiskt i sin anställning. För att underlätta vardagen för våra chefer och medarbetare och för att förenkla och frigöra tid har vi vissa systemstöd. Som nämnts tidigare har vi vårt intranät Stadium Arena och vårt utbildningssystem Stadium Academy. Därutöver finns personal- och lönesystem, schema- och bemanningssystem, resesystem och andra digitala samarbetsverktyg tillgängliga för att underlätta våra medarbetares vardag.



2024013005484

Passionate Employees.

78
Checkpointindex
Pulsundersökning aug 2023

En företagskultur som speglar våra värderingar.

Mål: Uppnå ett resultat på 80 i vårt Checkpointindex.

Mycket går att kopiera men inte vilka vi är. Vår företagskultur präglas av våra värdeord: Passion, Laganda, Energi, Innovation och Enkelhet, samt våra principer som guidar oss i vårt beteende som ledare och medarbetare. Just vår företagskultur och vår laganda är vad våra medarbetare själva anger som de faktorer som får dem att vilja rekommendera oss som arbetsplats och varför de väljer att arbeta kvar.

Genom vår pulsundersökning som vi kallar Checkpoint ger vi teamet verktyg att arbeta med just laganda och företagskulturen. Checkpoint undersöker hur vi på teamnivå kan uppnå mål, trivas och utvecklas som individer och företag. Mätningen utgår i hög grad från våra värderingar och våra ledarprinciper respektive medarbetarprinciper. Dessa principer ska leva i hela organisationen och därmed vara integrerade i alla våra processer, våra gemensamma möten, våra riktlinjer och framför allt i vårt agerande.

Vår första pulsundersökning genomfördes maj 2023. I och med detta påbörjade vi implementeringen av ett nytt arbetssätt för uppföljning av mätningarna. Vi har valt att låta samtliga team äga sina egna resultat och aktivt arbeta med uppföljning av dessa, just för att självledarskapet ska stärkas. Årligen gör vi även en större mätning som undersöker arbetsmiljö, inkludering och värderingar, där vi följer trender i resultatet och på en organisatorisk nivå beslutar om åtgärder.

Åtgärder

Arbetssätt

Vi arbetar aktivt för att öka samarbetet mellan våra koncept och avdelningar. Vi vill bygga starka team som kan lära av varandra. Från året som gått finns flera goda exempel på hur exempelvis närliggande butiker inom olika koncept hjälper varandra med personal och hur chefer stöttar och delar erfarenheter sinsemellan. Tvärfunktionella chefsforum för våra kontor har också startats upp under verksamhetsåret.

I början på verksamhetsåret implementerade vi även vårt nya arbetssätt för utvecklingssamtal mellan chef och medarbetare. Fokus ligger på mål, förväntningar och arbetssituation, samt att medarbetare och chef tillsammans diskuterar drivkrafter och motivationsfaktorer. Medarbetaren driver sin egen utveckling men med stöttning av sin chef, helt i linje med våra medarbetarprinciper. Under vårens prestationssamtal följs uppsatta mål upp.

Teamen ansvarar själva för att arbeta med sina resultat från pulsundersökningen. Dock förmedlas guidande material för hur de kan arbeta med utfallet, bland annat kring vad som är viktigt att fokusera på och hur de kan prioritera. Vi följer upp på organisatorisk nivå hur väl medarbetarna anser att de i sina team arbetat med uppföljning av resultatet.

Utbildning

Under året har vi fokuserat på arbetet med våra ledarprinciper. Chefer har stegvis utbildats i ledarprinciperna och utbildningen kommer att fortgå genom att chefer kontinuerligt ses i grupper och utvecklar sitt ledarskap. Vi har även påbörjat lanseringen av våra medarbetarprinciper.

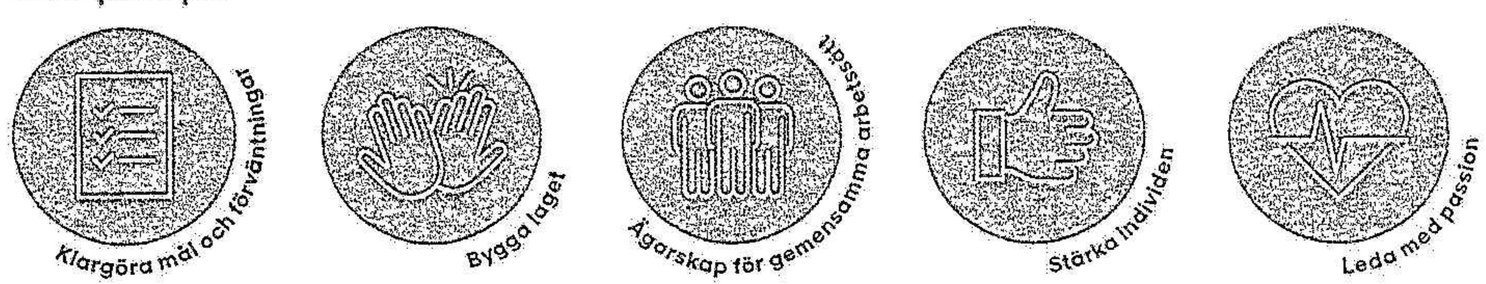
Som chef har du i utbildningsplattformen tillgång till vad vi kallar Ledargymmet, där vi ger cheferna verktyg för att kontinuerligt träna sitt ledarskap. Vi fortsätter att uppdatera vår utbildningsplattform Stadium Academy med relevanta utbildningar för respektive tjänst.

Fokus framåt

- Implementerade medarbetarprinciper och ett arbetssätt som säkerställer att medarbetar- respektive ledarprinciperna är en del av onboardingprocessen, samt ett arbetssätt för uppföljning av efterlevnad av principerna.
- Våra nya medarbetarmätningar implementerades i slutet av verksamhetsår 2022/2023. Vi ska under kommande verksamhetsår integrera det nya arbetssättet som följer med dessa mätningar, samt utvärdera om de uppnår önskad effekt.

Se hållbarhetsnot H15 för ytterligare information.

Ledarprinciper



Medarbetarprinciper



2024013005485

Passionate Employees.

En inkluderande arbetsplats.

Mål: Uppnå värdet 90 för upplevelsen av psykologisk trygghet på arbetsplatsen.

Detta område handlar om att ta tillvara på olikheter hos individer. Alla ska kunna vara sig själva utifrån våra värderingar och känna stolthet över att arbeta hos oss och vara en del av vår kultur. Vi ser mångfald som en styrka och jämställdhet som en självklarhet. Vi vill skapa en trygg miljö för alla att kunna uttrycka sig och sina kompetenser, varför psykologiskt trygghet är eftersträvansvärt.

Åtgärder

Strategi och arbetssätt

Vi har under året analyserat vår data kopplad till jämställdhet, mångfald och inkludering för att kartlägga nuläge och sätta riktning framåt. Att alla ska känna sig inkluderade på arbetsplatsen är en viktig fråga för oss, varför vi i vårt arbete för ökad inkludering valt att gå djupare i innebörden av psykologisk trygghet. Det har varit ett ämne vi diskuterat och arbetat med i våra chefsforum, för att öka insikten om vad begreppet innebär i praktiken och om hur ledare ska kunna agera förebild för sina team.

Som ledare inom Stadium Group guidas du av våra ledarprinciper. Dessa består av fem områden, varav en är benämnd Bygga laget. Detta område lägger vikt vid att olikheter är positivt och ska tas tillvara på, och att vi som ledare ska vara ambassadörer och arbeta för en kultur som främjar ett inkluderande beteende.

I vår rekryteringsprocess använder vi oss av tester från Alva Labs för att vid val av kandidat skapa bättre förutsättningar för objektiv bedömning utifrån verksamhetsbehovet. Vi genomför även årligen en Lönekartläggning för jämställda löner och tar beslut om åtgärder utifrån utfallet.

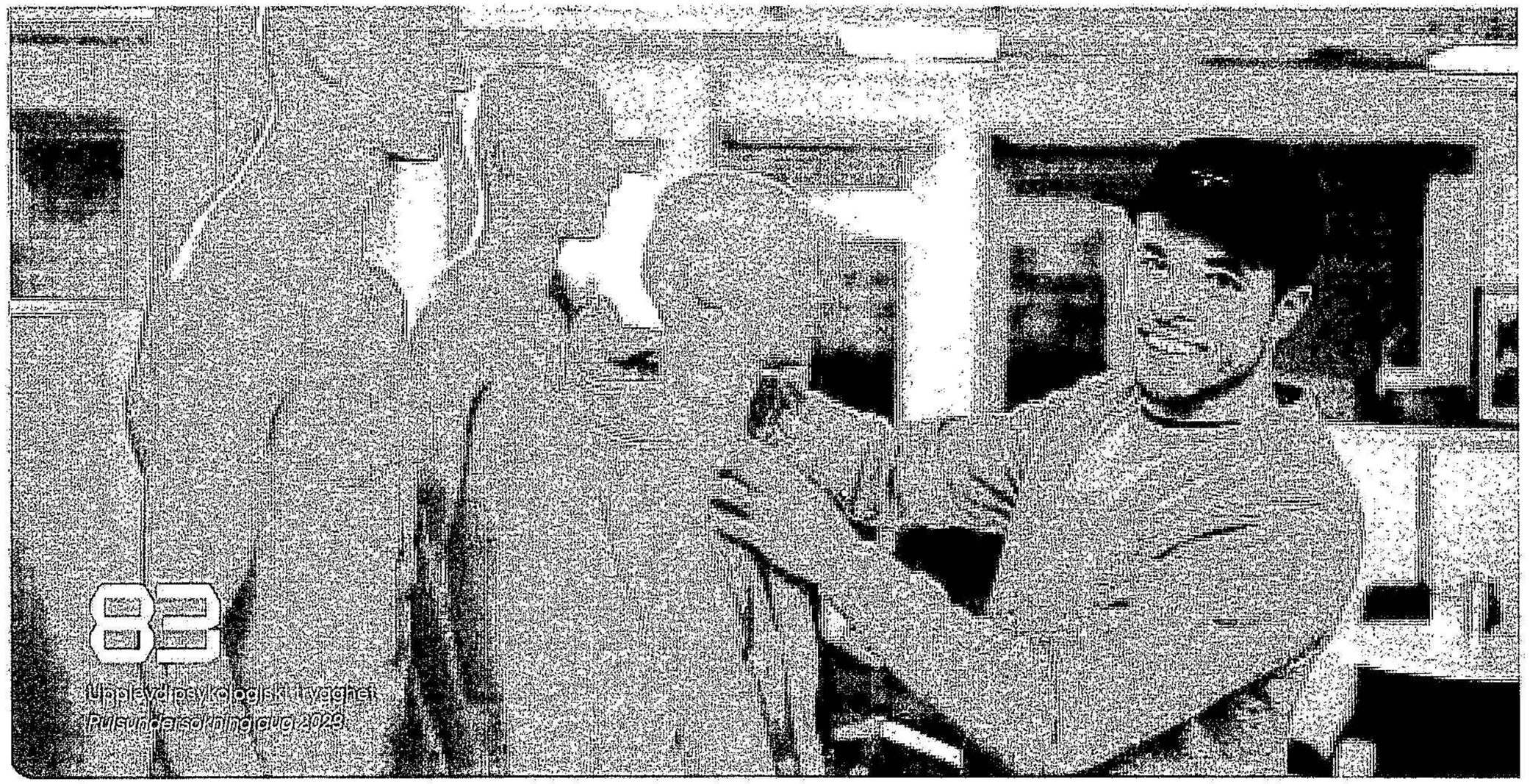
Utbildning

I vår chefsutbildning ägnar vi ett avsnitt åt hur våra förutfattade meningar påverkar vilka beslut vi tar i en rekryteringsprocess. Denna utbildning är obligatorisk för alla chefer. I utbildningsportalen finns även inspirationsföreläsning kring psykologisk trygghet för alla medarbetare att ta del av.

Fokus framåt

- Utifrån den nulägesanalys som genomförs under verksamhetsåret 2023/2024 ska vi fastställa strategin framåt och göra de förbättringar som identifierats.
- Under kommande verksamhetsår planerar vi att höja organisationens kompetensnivå inom området.

Se hållbarhetsnot H12 – H14 för ytterligare information.



2024013005486

Passionate Employees.

En trivsam och trygg arbetsmiljö.

Mål: Uppnå ett resultat på 85 i vårt Arbetsmiljöindex.

För att skapa en trivsam och trygg arbetsmiljö arbetar vi för att driva ett framgångsrikt systematiskt arbetsmiljö- och säkerhetsarbete med medarbetaren i fokus. Vår ståndpunkt är att alla medarbetare på Stadium har rätt till en trygg, säker och hälsosam arbetsmiljö. Utöver våra kvartalsvisa pulsundersökningar genomför vi årligen en medarbetarundersökning med fokus på bland annat arbetsmiljö.

Nytt för verksamhetsåret 2022/2023 är vårt Arbetsmiljöindex som vi började mäta augusti 2023. Indexet summerar medarbetarnas uppfattning om de i sin fysiska arbetsmiljö kan arbeta säkert utan att skada sig, om de har den kunskap som behövs för att kunna arbeta säkert, om de vet vart de ska vända sig för arbetsmiljörelaterade problem och funderingar, om de anser att den fysiska arbetsmiljön är trivsam att arbeta i samt om de upplever att deras avdelning/butik är fri från kränkande särbehandling, mobbning, hot och våld. Viktigt att poängtera är att detta index i sig inte är heltäckande, utan ska ses ihop med andra relevanta nyckeltal som personalomsättning, sjukskrivningar, eNPS med mera.

85

Arbetsmiljöindex
Medarbetarundersökning aug 2023

Åtgärder

Styrning av arbetsmiljö- och säkerhetsarbetet

Vårt systematiska arbetsmiljöarbete följer en ständigt pågående process och omfattar samtliga anställda inom Stadiumkoncernen. De riktlinjer och rutiner som ligger till grund för vårt systematiska arbetsmiljö- och säkerhetsarbete, inklusive hur vi fördelar roller, ansvar och uppgifter, utgår från rådande lagstiftning. Chefer, skyddsombud och medarbetare samverkar i arbetet, vilket är en förutsättning för att uppnå en sund, utvecklande och hållbar arbetsmiljö på alla nivåer i organisationen.

Arbetsmiljöarbetet innefattar samtliga verksamheter, anställda och inhyrda inom Stadium Group. Som företag har vi policyer som visar hur vi ska agera samt vem som ansvarar för vad. Vi har därtill processer, rutiner och instruktioner som ska säkerställa att vi arbetar i linje med våra policyer. Vårt arbetsmiljöarbete är systematiskt och integrerat i den dagliga verksamheten, och ses kontinuerligt över och revideras vid behov med strävan mot ständig förbättring inom alla områden.

Information och utbildning

Våra aktiviteter för att informera, utveckla och ständigt förbättra arbetsmiljön ska präglas av den helhetssyn på alla faktorer som påverkar människan i arbetet fysiskt, psykosocialt och organisatoriskt. Exempel på detta är utbildningar i arbetsmiljö, säkerhet och HLR/första hjälpen, samt skyddsronder, brandskyddsronder, riskbedömningar, medarbetarundersökningar och personalmöten. Våra utbildningar för chefer och medarbetare sker kontinuerligt via olika utbildningsinsatser fysiskt och digitalt samt via vår utbildningsplattform Stadium Academy. Arbetsmiljö och säkerhet är också en viktig del vid introduktion av nya medarbetare och tydliga checklistor finns som stöd för chef och medarbetare för att säkerställa att alla delar gås igenom. Arbetsmiljöuppgifter är efter genomförda utbildningar fördelade till chefer med personalansvar.

Skyddsronder och rapportering av incidenter

Skyddsronder genomförs årligen i samtliga verksamheter och i samband med dessa görs riskbedömningar av identifierade risker. Riskbedömningar görs också när en verksamhet står inför en förändring som inte är en naturlig del av den dagliga driften eller när en risk upptäcks. Skyddsronderna genomförs i samverkan med chefer och skyddsombud/personal och registreras i ett webbaserat system.

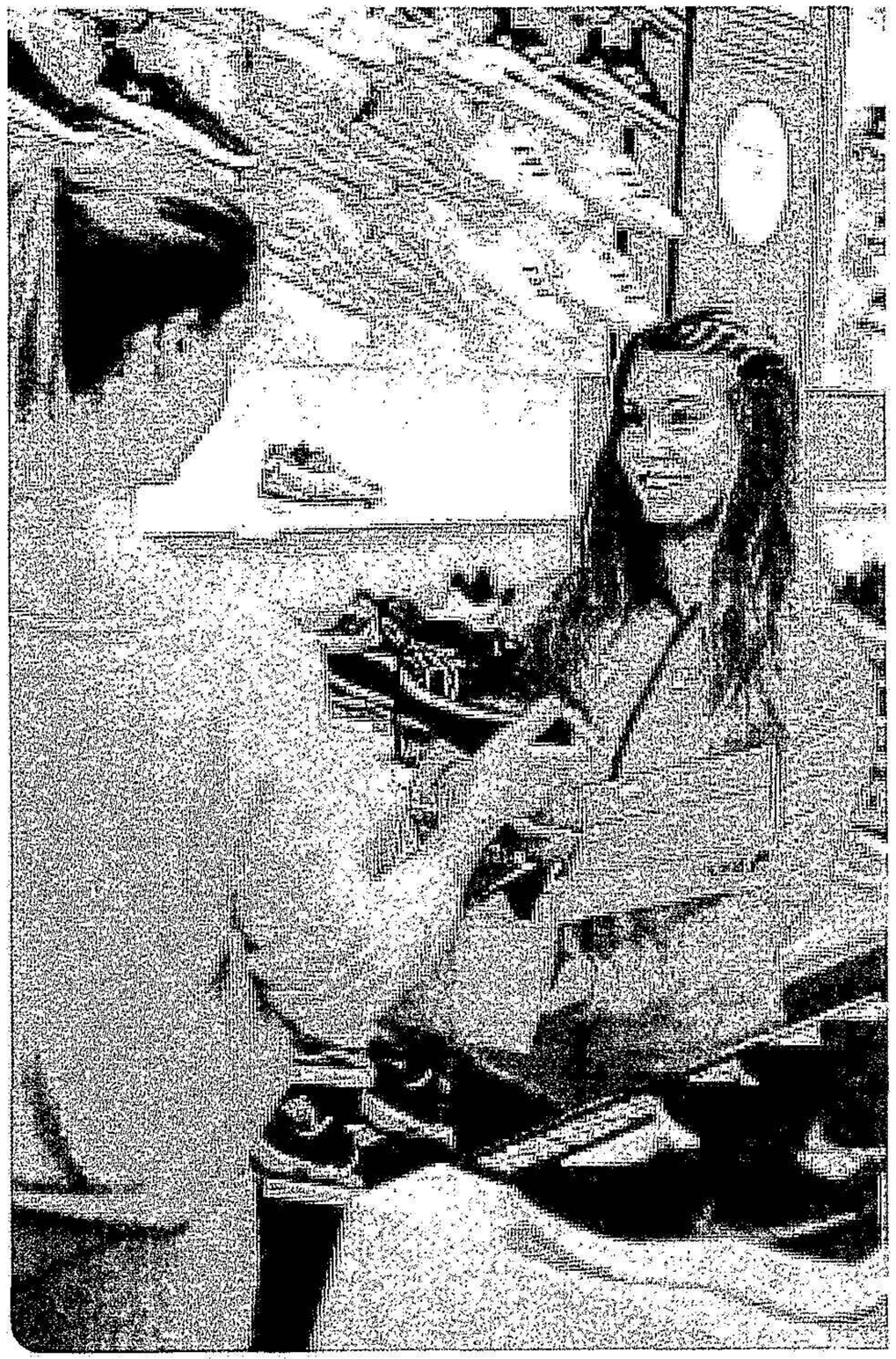
I Sverige används systemstödet HIA för att rapportera bland annat tillbud, olyckor, färdolycksfall och säkerhetshändelser. Alla medarbetare i Sverige har access och kan rapportera händelser. I Finland och i Norge rapporteras olyckor till försäkringsbolaget/arbetsskadeförsäkringen direkt av chef och berörd medarbetare.

Chefen på arbetsplatsen ska tillsammans med skyddsombud utreda händelsen och bedöma vilka åtgärder som behöver sättas in. I första hand handlar det om att ta bort riskmomentet, och om det inte är möjligt så ska risken minimeras. Om chefer upplever att de inte har tillräckliga befogenheter eller kunskaper för att genomföra åtgärder för att säkerställa en trygg arbetsmiljö kan arbetsmiljöansvaret returneras till chefens chef. Vilka åtgärder som sätts in beror helt på incidenten och bedömning sker i varje enskilt fall. Om liknande händelser inträffar på flera håll i organisationen kan åtgärderna hanteras från centralt håll.

Se hållbarhetsnot H16 för ytterligare information.

2024013005487

Passionate Employees.



Skyddsombud och skyddskommittéer

För att uppnå bäst förutsättningar för samverkan strävar vi efter att ha ett skyddsombud i alla enheter, och skyddsombud finns i merparten av våra verksamheter. Centrala skyddskommittéer med representanter från arbetstagare och arbetsgivare finns för våra butiksverksamheter, våra servicekontor och vårt tryckeri. Skyddskommittéerna har fyra möten per år och tar upp generella frågor om arbetsmiljö och säkerhet. Dessa frågor inbegriper bland annat utbildning, tillbuds- och olycksrapportering, riskbedömningar samt utvärdering av större förändringar som rör respektive personalstyrka. Skyddskommittén följer också upp arbetsmiljöarbetet för respektive verksamhet och tar fram beslutsunderlag till ledningen. Vi arbetar för att skyddskommittéerna ska fungera på liknande sätt oberoende av verksamhet.

Hotfulla situationer

För att minska riskerna för hot och våldssituationer på arbetsplatsen har vi infört en rad olika säkerhetslösningar. Vi har rutiner och instruktioner för hotfulla situationer och i vår introduktion av ny personal, liksom i utbildningar för chefer och medarbetare, finns också instruktioner för hur vi på Stadium vill att en medarbetare hanterar en hotfull situation. Vi har överfallslarm i våra butiker och personalen utbildas i var dessa finns och hur de ska användas. Att jobba med risker i vår arbetsmiljö är ett gemensamt ansvarstagande, så även att sluta upp kring och hjälpa varandra i situationer som upplevs som kränkande eller hotfulla. I vår arbetsmiljöpolicy informerar vi om medarbetarens lagliga rätt att avstå arbete som innebär omedelbar eller allvarlig fara för liv eller hälsa, samt att sådant agerande inte leder till repressalier.

Vi följer samhällsutvecklingen samt resultaten från vår medarbetarundersökning och vidtar åtgärder därefter.

Personalvård

Friskvårdsbidrag erbjuds till anställda i Sverige och Finland utifrån landspecifika riktlinjer. I Norge är bidraget däremot riktat till gruppaktiviteter för personalen. Detta eftersom beskattning för friskvårdsbidrag hanteras annorlunda i Norge jämfört med i Sverige och Finland. Vi engagerar också våra medarbetare genom bland annat personalutmaningar, startplatser till lopp och personalrabatt på sportartiklar. Anställd personal i Sverige, Finland och Norge har alla tillgång till företagshälsovård, oavsett anställningsform eller sysselsättningsgrad. Ärendet initieras av chef och HR, företagshälsovården gör därefter en bedömning och slutligen bokas berörd person till rätt behandling/kontakt. HR har årlig uppföljning med företagshälsovården för att följa upp samarbetet.

Fokus framåt

- Under kommande verksamhetsår ska vi för Stadium Outlet i Norge implementera ett system för incidentrapportering likvärdigt det som används i Sverige. I samma system ska även skyddsronder och riskbedömningar registreras.
- Vi utvecklar våra forum på strategisk och central nivå med mål att öka det tvärfunktionella samarbetet samt förbättra analys- och uppföljningsarbetet av hälso- och säkerhetsdata.

2024013005488

OM HÅLLBARHETSREDOVISNINGEN

Vi har sedan verksamhetsår 2013/2014 årligen publicerat en hållbarhetsrapport. Vår nionde rapport publicerades 2023-02-16 och i år är första gången vi publicerar en Års- och hållbarhetsredovisning.

Års- och hållbarhetsredovisningen projektleds av Stadiums Sustainability Governance & Reporting Manager. Ansvarig för respektive område som redovisas i rapporten är involverade i framtagning av text och data, detta inklusive medlemmar i koncernledningen. Redovisningens styrgrupp sammanträder två gånger under rapportens framtagning för att kvalitetssäkra innehållet. Styrelsen informeras om rapportens upplägg och innehåll med möjlighet att återkoppla med eventuella kommentarer. Revisor granskar innehållet löpande och signerar års- och hållbarhetsredovisningen tillsammans med styrelsen på styrelsemötet i december.

Rapporten omfattar hela Stadium Group inklusive Stadium, Stadium Outlet och övriga dotterbolag inom Stadiumkoncernen. Siffrorna som redovisas i Års- och hållbarhetsredovisningen 2022/2023 avser perioden 220901–230831 om inget annat anges.

Hållbarhetsredovisningen är upprättad med hänvisning till GRI-standarder.

Beräkningar som rör medarbetare i hållbarhetsredovisningen:
- Statistik gällande personaldata utgår från GRI:s modeller. All data redovisas i det metriska systemet och är beräknad per medarbetare.
- Vi har implementerat en ny medarbetarundersökning med tillhörande nytt arbetssätt. Undersökningen består numera av en årlig medarbetarundersökning med fokus på arbetsmiljö, inkludering och värderingar, samt fyra pulsundersökningar med fokus på teamet. Redovisade nyckeltal från dessa undersökningar saknar därför jämförelsetal. Den senaste medarbetarundersökningen och pulsundersökningen för verksamhetsår 2022/2023 genomfördes båda i augusti 2023.

Beräkningar som rör energi och koldioxidutsläpp:
Vi redovisar vår klimatpåverkan i linje med Greenhouse Gas Protocols riktlinjer. Utsläpp i scope 1, 2 och 3 är beräknade utifrån emissionsfaktorer från följande källor: Trafikverket, Vattenfall, Energimarknadsinspektionen, Energiföretagen VMK, AIB, Higg MSI, IEA, NTM, IPCC:s rekommendationer för flygtransporter samt underlag från våra transportleverantörer och ett urval av våra fabriker.
Inom scope 3 rapporterar vi följande delar:
- bränsle och energirelaterade aktiviteter
- transport och distribution
- inköpta varor

Stadiums Års- och hållbarhetsredovisning 2022/2023 omfattas inte av rapporteringsdirektivet EU:s gröna taxonomiförordning.

VERKSAMHET

NOTHH **SKAPAT OCH LEVERERAT DIREKT EKONOMISKT VÄRDE**

Valuta i SEK	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Komponent			
Eget kapital	1 288 889 824	1 116 507 907	1 083 448 253
Skulder	1 606 209 985	1 674 368 981	1 366 184 260
Skapat direkt ekonomiskt värde			
Intäkter	7 568 884 677	7 130 576 874	6 963 761 089
Levererat direkt ekonomiskt värde			
Rörelsekostnader	5 994 108 243	5 291 674 700	5 079 403 039
Ersättningar till anställda	1 351 601 547	1 345 538 023	1 266 141 742
Utdelningar	0	360 000 000	0
Skatter			
Sverige	34 598 100	97 842 790	119 100 844
Finland	9 964 408	12 842 773	20 614 906
Norge	359 153	516 331	228 079
Hong Kong	16 887	2 260	21 882
Samhällsinvesteringar	7 920 016	8 823 802	7 250 394
Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	7 398 568 343	7 117 240 681	6 492 760 887
Behållet ekonomiskt värde	170 316 324	13 336 194	471 000 202

2024013005489

Verksamhet, forts.

NOT H2 INTRESSENTDIALOG

De tre viktigaste områdena per intressentgrupp (undersökning gjord i augusti 2021):

Medlemmar/kunder
1. Leverantörer som är kontrollerade och certifierade[2)]
2. Rättvisa arbetsvillkor och inget barnarbete och tvångsarbete i produktionen
3. Säkra och giftfria produkter

Sociala medier[1)]
1. Rättvisa arbetsvillkor och inget barnarbete och tvångsarbete i produktionen
2. God arbetsmiljö, säkerhet och trivsel på arbetsplatsen
3. Leverantörer som är kontrollerade och certifierade[2)]

Utvalda varumärken
1. Rättvisa arbetsvillkor och inget barnarbete och tvångsarbete i produktionen
2. Jämställdhet, mångfald och ingen diskriminering
3. Klimat- och resurseffektiv användning av vatten, energi och kemikalier genom hela värdekedjan

Leverantörer egen produktion
1. God arbetsmiljö, säkerhet och trivsel på arbetsplatsen
2. Klimat- och resurseffektiv användning av vatten, energi och kemikalier genom hela värdekedjan
3. Transparent kommunikation om vårt hållbarhetsarbete och våra produkter

Medarbetare
1. Leverantörer som är kontrollerade och certifierade[2)]
2. God arbetsmiljö, säkerhet och trivsel på arbetsplatsen
3. Jämställdhet, mångfald och ingen diskriminering

Ledning
1. Leverantörer som är kontrollerade och certifierade[2)]
2. Transparent kommunikation om vårt hållbarhetsarbete och våra produkter
3. Jämställdhet, mångfald och ingen diskriminering

Föreningar
1. Leverantörer som är kontrollerade och certifierade[2)]
2. Rättvisa arbetsvillkor och inget barnarbete och tvångsarbete i produktionen
3. Jämställdhet, mångfald och ingen diskriminering

1. Följare på den svenska och finska Facebook-sidan och Instagram.
2. Aspektens fulla benämning är: Leverantörer som är kontrollerade och certifierade utifrån sociala, miljömässiga och etiska kriterier.

NOT H3 ANTAL FYSISKA BUTIKER STADIUM GROUP

	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Sverige			
Stadium	83	84	85
Stadium Outlet	54	49	47
Stadium Rental	1	0	0
Totalt	138	133	132
Finland			
Stadium	33	33	32
Stadium Outlet	16	14	13
Totalt	49	47	45
Norge			
Stadium Outlet	5	3	2
Totalt	5	3	2
Totalt antal butiker	192	183	179

Förändringar under 2022/2023
- Stadium Outlet Sverige har öppnat 5 st butiker, Stadium Outlet Finland har öppnat 2 st butiker och Stadium Outlet Norge har öppnat 2 st butiker.
- Totalt under året har vi ökat med 9 st fysiska butiker.

Händelser 2023-09-01 till publicering
- Stadium Outlet öppnar en butik i Trondheim och en butik i Köping september 2023.
- Stadium Outlet öppnar en butik i Kokkola november 2023.
- Stadium Rental öppnar en butik i Sälen november/december 2023.
- Stadium Vaasa flyttar i november och Outlet Umeå flyttar i januari.

NOT H4 ANTAL FABRIKER I RESPEKTIVE LAND

Produktionsland (Tier 1)	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Bangladesh	10	10	9
Kambodja			1
Kina	80	90	103
Finland	1	1	1
Indonesien	10	10	11
Italien	6	6	4
Litauen	3	3	2
Myanmar	1	1	1
Pakistan	3	3	3
Polen		0	2
Slovenien	1	1	1
Spanien	1	1	1
Sverige	5	5	3
Taiwan	1	2	2
Thailand	1	1	1
Turkiet	7	4	3
Vietnam	5	6	7
Totalt	135	144	155

20240130054900

MILJÖ OCH KLIMAT

NOT H5 ENERGI & UTSLÄPPSSIFFROR

Utsläpp i scope 1, 2 och 3 är beräknade med emissionsfaktorer från följande källor: Trafikverket, Vattenfall, Energimarknadsinspektionen, Energiföretagen VMK, AIB, Higg MSI, IEA, NTM, IPCC:s rekommendationer för flygtransporter samt underlag från våra transportleverantörer och ett urval av våra fabriker. Vi redovisar vår klimatpåverkan i linje med Greenhouse Gas Protocols riktlinjer. Inom scope 3 rapporterar vi följande delar:

- Inköpta varor
- Bränsle- och energirelaterade aktiviteter
- Transport och distribution

Utsläpp i ton CO_2e. För våra beräkningar har vi använt en operationell kontrollansats och en marknadsbaserad metod för utsläpp i scope 2. I beräkningarna är de växthusgaser inräknade som inkluderas i Greenhouse Gas Protocol: CO_2, CH4, N2O, HCF:s, PCF:s, SF6 och NF3.

Scope		Basår 2017/2018	2021/2022	2022/2023	Förändring mot Basår
Scope 1	Direkta utsläpp[1]	240	173	166	-31 % (74)
Scope 2	Indirekta utsläpp från inköp av energi[2]	5 787	5 558	4 287	-26 % (1 500)
Scope 3	Bränsle- och energirelaterade aktiviteter	822	738	640	-22 % (182)
	Transport och distribution	6 946	6 232	5 890	-18 % (1 253)
	Inköpta varor	187 719	176 875	157 606	-16 % (30 113)

1. Biogena utsläpp i scope 1 och 2 är 8 ton CO_2e
2. Redovisning av scope 2 enligt den platsbaserade metoden är för verksamhetsår 2022/2023 – 4 218 ton CO_2e

Bränsle- och energirelaterade aktiviteter – innefattar utsläpp från produktion och distribution av alla bränslen och all energi vars utsläpp i övrigt rapporteras under scope 1 & 2. **Transport och distribution** – innefattar utsläpp från alla transporter från produktion ut till butiker och kunder men exkluderar kunders egna resor. **Inköpta varor** – alla inköpta varor som har levererats till Stadium. Innefattar utsläpp från produktion av råmaterial, färgning, behandling och sömnad av produkter.

NOT H6 ANDEL MER HÅLLBARA PRODUKTER[1]

Totalt för Egna varumärken

Varumärke	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Stadium	60,0 %	53,9 %	48,6 %
Stadium Outlet	57,7 %	33,6 %	45,6 %
Stadium & Stadium Outlet	59,6 %	43,7 %	47,1 %

Totalt för Egna varumärken exklusive hårda produkter och väskor

Varumärke	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Stadium	84,1 %	82,0 %	71,2 %
Stadium Outlet	89,8 %	56,6 %	95,9 %
Stadium & Stadium Outlet	85,0 %	78,0 %	73,7 %

Uppdelat Egna varumärken

Varumärke	2022/2023	2021/2022	2020/2021
SOC	75,6 %	71,7 %	58,8 %
Everest	55,4 %	42,2 %	36,1 %
Ski Industries	65,2 %	57,9 %	75,32 %
Take Off	57,8 %	31,4 %	52,83 %

1 En produkt som lever upp till minst ett av följande krav definieras av Stadium som en mer hållbar produkt: Återvunnet material (minst 50 procent av produkten), vatten- och energibesparande infärgningsmetod (minst 50 procent av produkten), hållbar bomull (minst 50 procent av produkten), hållbart cellulosabaserat material (minst 50 procent av produkten).

NOT H7 MER HÅLLBARA MATERIAL

Andel av Stadiums och Stadium Outlets egna varumärken som består av mer hållbara material[1]

Koncept	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Stadium	66,74	53,37	49,82
Stadium Outlet	54,35	47,49	48,93
Stadium & Stadium Outlet	63,75	52,62	49,72

1 Med begreppet mer hållbara material syftar vi på: återvunnet material, material färgat med hjälp av vatten- och energibesparande infärgningsmetoder, bomull från Better Cotton, ekologisk bomull, återvunnen bomull, samt hållbart cellulosabaserat material.

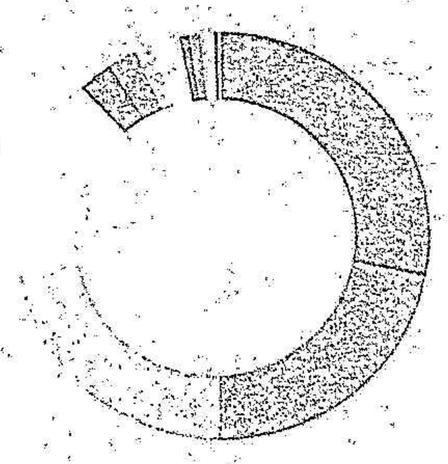
Återvunnet material – PET-flaskor

	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Antal förbrukade PET-flaskor vi har använt för att tillverka nya funktionsmaterial till våra egenproducerade varumärken	21 353 663	15 491 437	12 284 460

2024013005491

Miljö och klimat, forts.

Fördelning hållbara material



Material	Andel
Återvunnen polyester	28,40 %
Polyester	22,00 %
Bomull (Better Cotton)	21,74 %
Polyester (Solution Dye)	9,41 %
Polyamid	6,74 %
Elastan	2,59 %
Akryl	2,34 %
Återvunnen polyamid	1,43 %
Återvunnen bomull	1,18 %

Material	Andel
Ull	1,07 %
Regenererad cellulosa	0,80 %
Polyuretan (PU)	0,73 %
Ekologisk Bomull	0,35 %
Polypropylen (PP)	0,33 %
Dun & fjäder	0,32 %
Polyamid (Solution Dye)	0,25 %
Läder	0,17 %
Övriga	0,12 %

NOT H8 RESURSEFFEKTIVITET

Vattenbesparande infärgningsmetoder – Solution Dye

	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Antal liter mindre vatten har förbrukats under verksamhetsåret 2022/2023 i och med att vi använt Solution Dye jämfört med om vi använt traditionella infärgningsmetoder	10 888 688	11 444 367	11 227 686

Antal sanerade produkter

	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Antal sanerade produkter	21 816	113 828[1)]	116 398[1)]

1 Den stora förändringen 2022/2023 jämfört med jämförelseår beror på containerbristen som rådde 2020–2022 varav kvaliteten på tillgängliga containrar var sämre.

NOT H9 CDP SUPPLY CHAIN RESULTAT

Utfall, %	2022/2023	2021/2022	2020/2021
av leverantörerna har satt sina klimatmål	46	52	30
svarade att de använder förnybar el	38	33	30
svarade att de arbetar med energieffektivisering	57	48	N/A
arbetar med utsläppsrelaterade initiativ	66	56	44
svarsfrekvens	77	77	79

UTFALL INSPEKTIONER (SOCIALT OCH MILJÖ)

NOT H10 FOKUS SOCIALA ASPEKTER

	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Antal aktiva enheter i produktion	137	144	155
Antal nya fabriker där Stadium placerat order	2	3	13
varav hur många av dessa är hos nya leverantörer[1)]	2	2	6
Andel fabriker med gradering A+B	81 %	78 %	74 %
Antal enheter med giltig tredjepartscertifiering[2)]	25	19	12
Antal inspektioner på Stadiums initiativ, utförda av ELEVATE	53	37	53
varav ej godkända på grund av bristande transparens	1	4	8
Antal korrigerande åtgärdsplaner (CAP)	43	30	42
Antal avvisade fabriker efter inspektion[3)]	1	1	1

1 100% av dessa är granskade utifrån sociala aspekter och med inslag av miljömässiga aspekter.
2 SA 8000, SMETA och WRAP.
3 Denna fabrik har vi valt att inte starta ett samarbete med på grund av bristande transparens.

Av 43 upprättade CAP:s var 22 (51 procent) relaterade till arbetsmiljö (vanligast förekommande var hälsa och säkerhet). 12 (23 procent) av CAP:sen var relaterade till inkorrekt löneutbetalning (främst kopplat till föräldraledighet och sjukfrånvaro). 9 (21 procent) gällde vad som bedömdes som otransparens gällande information, till exempel att uppgifter i lönesystem och tidrapportering inte samstämde.

NOT H11 FOKUS MILJÖASPEKTER

Miljöinspektioner enligt ELEVATE:s miljöbedömningsverktyg ERSA Environment

	2022/2023	2021/2022
Antal miljöinspektioner på Stadiums initiativ utförda av ELEVATE	6	3
Antal fabriker gradering A eller B	54 %	33 %

20240130054492

PERSONAL

Personal- och lönestatistik redovisar anställda per 2023-08-31. Nyanställningar och personalomsättning inkluderar data för perioden 2022-09-01 till 2023-08-31. Beräkning av löneskillnader har gjorts enligt följande: 1 euro = 11,56 SEK och 1 NOK = 1 SEK.

NOT HI2 SAMMANSÄTTNING AV STYRELSE OCH LEDNING SAMT UPPDELNING AV ANDRA ANSTÄLLDA

	Styrelse	Koncern-ledning	Chefer	Anställda
Fördelat på kön				
Kvinnor	25,0 %	42,9 %	52,2 %	66,2 %
Män	75,0 %	57,1 %	47,8 %	33,8 %
Fördelat på ålder				
<30 År	0,0 %	0,0 %	10,7 %	66,9 %
30–50 År	25,0 %	85,7 %	72,1 %	28,0 %
>50 År	75,0 %	14,3 %	17,3 %	5,1 %

NOT HI3 LÖNESKILLNADER[1)]

Genomsnittlig grundlön i SEK 2022–2023

	Kvot kvinnor vs. män			
	Alla	<30 år	30–50 år	>50 år
Alla[2)]	0,91	1,1	0,87	0,84
Anställda	0,96	1,0	0,92	0,94
Chefer[3)]	0,86	0,95	0,86	0,85
Koncernledning[2)]	0,86			

1 Endast löner redovisas då bonus (som finns för vissa befattningar) är resultatbaserad
2 Exklusive ägare
3 Exklusive koncernledning och ägare

NOT HI4 ANSTÄLLDA

	Sverige	Finland	Norge	Totalt
Tillsvidare				
Kvinnor	1 352	502	44	1 898
Män	740	268	27	1 035
Totalt tillsvidare	2 092	770	71	2 933
varav tillsvidare heltid	799	263	17	1 079
Kvinnor	467	170	11	648
Män	332	93	6	431
varav tillsvidare deltid	1 293	507	54	1 854
Kvinnor	885	332	33	1250
Män	408	175	21	604
Tillfällig				
Kvinnor	476	19	5	500
Män	239	9	2	250
Totalt tillfällig	715	28	7	750
Totalt antal anställda	2 807	798	78	3 683

20240130054 93

Personal, forts.

NOT H15 NYANSTÄLLNINGAR OCH PERSONALOMSÄTTNING

Antal personer som har blivit anställda eller slutat under 2022–2023.[1] Gäller tillsvidareanställda.

	Sverige		Finland		Norge		Totalt	
	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%
Nyanställda	150	5,3 %	218	27,3 %	51	65,3 %	419	11,4 %
Fördelat på kön								
Kvinnor	85	56,7 %	143	65,6 %	33	64,7 %	261	62,3 %
Män	65	43,3 %	75	34,4 %	18	35,3 %	158	37,7 %
Fördelat på ålder								
<30 År	58	38,7 %	186	85,3 %	40	78,4 %	284	67,8 %
30–50 År	85	56,7 %	32	14,7 %	10	19,6 %	127	30,3 %
>50 År	7	4,7 %	0	0 %	1	2,0 %	8	1,9 %
Personalomsättning	212	7,6 %	269	33,7 %	11	14,1 %	492	13,4 %
Fördelat på kön								
Kvinnor	132	7,2 %	184	35,3 %	8	16,3 %	324	13,5 %
Män	80	8,2 %	85	30,7 %	3	10,3 %	168	13,1 %
Fördelat på ålder								
<30 År	66	3,9 %	216	39,3 %	6	9,5 %	288	12,5 %
30–50 År	126	14,0 %	51	21,3 %	5	38,5 %	182	15,8 %
>50 År	20	9,5 %	2	25,0 %	0	0 %	22	10,0 %

1 Om en anställd har bytt bolag inom koncernen, eller haft flera anställningar under året, redovisas dessa som enskilda anställningar i redovisade antal och procent i tabellen.

NOT H16 SÄKERHETSHÄNDELSER OCH ARBETSRELATERADE SKADOR STADIUM GROUP

	2022/2023		2021/2022	
	Antal	Rate[1]	Antal	Rate[1]
Av mindre karaktär[2]	228	14,16	103	5,64
varav mer allvarliga händelser[3]	5	0,31	7	0,38
Arbetsrelaterade dödsfall	0	0	0	0

1 Per 200 000 arbetade timmar.

2 Anledningen till att antalet inrapporterade händelser blivit fler bedöms till största del bero på att vi har blivit bättre på att rapportera.

3 Vanligaste riskerna, och orsakerna, till dessa är som noterats kontakt med vassa föremål, hotfulla situationer och snubbla/halka i samma nivå. Vi har identifierat att dessa är våra allvarliga risker genom vårt systematiska arbetsmiljöarbete som inkluderar skyddsronder, brandskyddsronder, medarbetarundersökningar, incidentrapportering med mera.

2024013005494

GRI INNEHÅLLSINDEX

Hållbarhetsrapporten är upprättad med hänvisning till GRI-standarder.

Global Reporting Initiatives riktlinjer för hållbarhetsredovisning är en samling internationellt erkända indikatorer som används för att utvärdera företag i fråga om bolagsstyrning, ekonomiska resultat, arbetskraft, mänskliga rättigheter och påverkan på samhälle och miljö. Dess ramverk är ett redovisningssystem som anger kriterier för att mäta och redovisa påverkan och resultat på hållbarhetsområdet. I vårt GRI-index som presenteras nedan ges en översikt över våra generella upplysningar enligt GRI:s riktlinjer samt upplysningar för de ämnen Stadium redovisar utifrån vår väsentlighetsanalys, läs mer på sidan 14-15.

Statement of use	Stadium AB has reported the information cited in this GRI content index for the period 2022-09-01 to 2023-08-31 with reference to the GRI Standards.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021

GRI Standard	Upplysning	Kapitel	Sidnummer	Avsteg eller kommentar
GENERELLA STANDARDREDOGÖRELSER				
1. Organisationen och dess redovisningsprofil				
GRI 2: General disclosure	2-1 Organisationsdetaljer	Strategi och verksamhet, Hållbarhetsnoter	10–12, 54	
GRI 2: General disclosure	2-2 Enheter som ingår i organisationens hållbarhetsredovisning	Hållbarhetsnoter	53	
GRI 2: General disclosure	2-3 Redovisningsperiod, frekvens och kontakt	Hållbarhetsnoter	53	
GRI 2: General disclosure	2-5 Externt bestyrkande	Revisorns yttrande om hållbarhetsredovisningen	90	
2. Aktiviteter och medarbetare				
GRI 2: General disclosure	2-6 Aktiviteter, värdekedja och andra affärsrelationer	Strategi och verksamhet, Hållbarhetsnoter	10–12, 54, 56	ÅRL: Affärsmodell
GRI 2: General disclosure	2-7 Anställda	Hållbarhetsnoter	53, 57–58	
3. Styrning				
GRI 2: General disclosure	2-12 Styrelsens roll i att övervaka hantering av påverkan	Vårt hållbarhetsarbete	16	
GRI 2: General disclosure	2-13 Delegering av ansvar för hantera påverkan	Vårt hållbarhetsarbete	16	
GRI 2: General disclosure	2-16 Kommunikation av kritiska frågor	Vårt hållbarhetsarbete	17	ÅRL: Motverkande av korruption

20240130054 95

GRI Standard	Upplysning	Kapitel	Sidnummer	Avsteg eller kommentar
GENERELLA STANDARDREDOGÖRELSER, forts.				
4. Strategi, policy och praxis				
GRI 2: General disclosure	2-22 Uttalande om hållbarhetsstrategi	Om Stadium	5, 6	ÅRL: Affärsmodell ÅRL: Risk
GRI 2: General disclosure	2-23 Policyåtaganden	Vårt hållbarhetsarbete, Support the Earth, Workers in the Value Chain, Passionate Employees	16, 28, 35, 42–44, 48, 51	ÅRL: Policy, implementera samt resultat
GRI 2: General disclosure	2-24 Implementering av policyåtaganden	Vårt hållbarhetsarbete, Support the Earth, Workers in the Value Chain, Passionate Employees	16, 35, 42–44, 48	ÅRL: Policy, implementera samt resultat
GRI 2: General disclosure	2-26 Mekanismer för rådfrågan och orosanmälningar	Vårt hållbarhetsarbete	16, 17	ÅRL: Motverkande av korruption
GRI 2: General disclosure	2-28 Medlemskap i organisationer	Activate the world, Support the Earth, Workers in the Value Chain	23, 24, 32, 40, 42	
5. Intressentengagemang				
GRI 2: General disclosure	2-29 Metod för att interagera med intressenter	Vårt hållbarhetsarbete, Hållbarhetsnoter	14, 54	
GRI 2: General disclosure	2-30 Kollektivavtal	Passionate Employees	48	ÅRL: Sociala förhållanden och personal
MATERIELLA ASPEKTER				
Materiella aspekter				
GRI 3: Material topics	2 Lista på materiella aspekter	Vårt hållbarhetsarbete	15	

20240130054961

GRI Standard	Upplysning	Kapitel	Sidnummer	Avsteg eller kommentar
SPECIFIKA STANDARDREDOGÖRELSER				
GRI 200 Economic standards				
GRI 201: Economic performance 2016	*201-1 Skapat och levererat ekonomiskt värde*	*Hållbarhetsnoter*	*53*	
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-3 Bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	Vårt hållbarhetsarbete	17	ÅRL: Motverkande av korruption
GRI 300 Environmental standards				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direkta utsläpp av växthusgaser (scope 1)	Hållbarhetsnoter	53, 55	ÅRL: Miljö
GRI 305: Emissions 2016	305-2 Indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2)	Hållbarhetsnoter	53, 55	ÅRL: Miljö
GRI 305: Emissions 2016	305-3 Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3)	Hållbarhetsnoter	53, 55	ÅRL: Miljö
GRI 305: Emissions 2016	305-5 Minskning av utsläpp av växthusgaser	Hållbarhetsnoter	55	ÅRL: Miljö Information saknas för GRI 305-3 c. Vår partner arbetar för en kvalitetssäkrad metod att beräkna biogena scope 3-utsläpp vilket vi planerar att redovisa när vi har underlaget tillgängligt.
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-1 Nya leverantörer som granskats avseende miljömässig påverkan	Hållbarhetsnoter	56	ÅRL: Miljö
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-2 Negativ miljöpåverkan i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	Vårt hållbarhetsarbete, Support the Earth, Workers in the Value Chain, Hållbarhetsnoter	14, 28–35, 42, 56	ÅRL: Miljö
GRI 400 Social standards				
GRI 401: Employment 2016	401-1 Nyanställda och personalomsättning	Hållbarhetsnoter	58	ÅRL: Sociala förhållanden och personal
GRI 403: Occupational health and safety 2018	403-1-7 Arbetsmiljö, företagshälsovård och säkerhet	Passionate Employees, Hållbarhetsnoter	51, 52, 58	ÅRL: Sociala förhållanden och personal
GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016	405-1 Sammansättning av styrelse och ledning och uppdelning av medarbetare per personalkategori	Hållbarhetsnoter	57	ÅRL: Sociala förhållanden och personal
GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016	405-2 Förhållande mellan grundlön och ersättning för kvinnor till män	Hållbarhetsnoter	57	ÅRL: Sociala förhållanden och personal
GRI 408: Child labor 2016	408-1 Verksamheter och leverantörer med väsentlig risk för fall av barnarbete	Workers in the Value Chain	42	ÅRL: Risk ÅRL: Respekt för mänskliga rättigheter
GRI 409: Forced or compulsory labor 2016	409-1 Verksamheter och leverantörer med väsentlig risk för fall av tvångsarbete	Workers in the Value Chain	42	ÅRL: Risk ÅRL: Respekt för mänskliga rättigheter
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-1 Nya leverantörer som granskats avseende social påverkan	Hållbarhetsnoter	56	ÅRL: Risk ÅRL: Respekt för mänskliga rättigheter
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-2 Negativ social påverkan i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	Workers in the Value Chain, Hållbarhetsnoter	42–44, 56	ÅRL: Risk ÅRL: Respekt för mänskliga rättigheter

Förvaltnings-berättelse.

2024013005498

Förvaltningsberättelse.

Allmänt om verksamheten

Stadium AB har sitt säte i Norrköping och är moderbolag till samtliga bolag inom Stadiumkoncernen. Koncernen ägs till hundra procent av familjen Eklöf, via holdingbolaget Stadium Holding AB.

Alla belopp anges i tusental kronor, om inget annat anges.

Stadiumkoncernens vision är att aktivera världen. Via fysiska butiker och e-handel säljer koncernen sport- och sportmode med missionen att inspirera till ett aktivt liv.

Stadium är den största aktören på den svenska sportmarknaden och en av de marknadsledande sport- och sportmodekedjorna i Norden. Dotterföretagen bedriver försäljning i fysiska butiker och e-handel i Sverige, Finland och Norge. Utvalda egna varumärken säljs även via e-handel i flera länder i Europa. Stadiumkoncernen innefattar två olika koncept: Stadium och Stadium Outlet.

I slutet av verksamhetsåret hade koncernen 192 fysiska butiker och nio e-handelsbutiker, varav 138 av de fysiska butikerna fanns i Sverige, 49 i Finland och fem i Norge. Av e-handelssajterna var fem svenska, tre finska och en norsk.

Stadium driver också ett av Sveriges största sportläger: Stadium Sports Camp. Lägret drivs i svb-bolag och ambitionen är att alla barn och ungdomar ska få möjlighet att uppleva glädjen med att idrotta tillsammans samt att prova på nya idrotter. Ledord är bredd snarare än elit, samt att leva efter Stadiums mission att inspirera till ett aktivt liv. Stadium Sports Camp har sedan starten aktiverat mer än 120 000 barn och ungdomar samt bidragit med över 70 miljoner kronor till samarbetsföreningarna.

Utveckling av koncernens verksamhet, resultat och ställning

Ekonomisk översikt, koncern	2022/2023	2021/2022	2020/2021	2019/2020	2018/2019
Omsättning, mkr	7 509	7 101	6 956	6 080	6 148
Ändring från f.å., %	5,7 %	2,1 %	14,4 %	-1,1 %	9,6 %
Årets avskrivningar, mkr	69	67	67	80	93
Rörelseresultat, mkr	223	488	610	118	133
Rörelsemarginal, %	3,0 %	6,9 %	8,8 %	1,9 %	2,2 %
Resultat efter fin. poster, mkr	201	488	606	113	127
Årets resultat, mkr	164	386	472	82	99
Likvida medel, mkr	45	38	489	160	62
Varulager, mkr	2 258	2 236	1 470	1 525	1 606
Balansomslutning	2 945	2 850	2 510	2 086	2 093
Soliditet, %	43,8	39,2	43,2	29,4	28,3
Totalt antal butiker	201	192	191	189	187
varav fysiska butiker	192	183	182	182	181
Medeltal årsanställda	2 088	1 970	1 870	1 652	1 957

Definitioner: se not 34

Ekonomisk översikt, moderbolag	2022/2023	2021/2022	2020/2021	2019/2020	2018/2019
Omsättning, tkr	945 192	868 687	632 742	598 751	702 733
Ändring från f.å., %	8,8 %	37,3 %	5,7 %	-14,8 %	-3,6 %
Årets avskrivningar, tkr	14 467	13 081	10 110	6 785	7 066
Rörelseresultat, tkr	66 995	134 356	-14 689	-21	-2 494
Rörelsemarginal, %	7,1 %	15,5 %	-2,3 %	0,0 %	-0,4 %
Resultat efter fin. poster tkr	84 087	135 309	-13 525	3 422	2 827
Årets resultat, tkr	112 742	366 510	411 661	73 846	66 545
Balansomslutning	1 062 834	992 009	1 104 049	843 584	827 485
Soliditet, %	90 %	87 %	72 %	60 %	61 %
Medeltal årsanställda	179	160	134	110	150

Definitioner: se not 34

20240130054999

Kommentarer till försäljning och resultat i koncernen
Det har varit ett turbulent år i handeln och ett ekonomiskt läge som blivit alltmer pressat. Hög inflation och stigande räntor har minskat konsumenternas köpkraft väsentligt. Trots en svag utveckling för branschen ökade Stadiumkoncernens nettoomsättning med nästan sex procent till 7 509 mkr (7 101). Jämförbar försäljning ökade i lokal valuta på samtliga marknader och nio nya fysiska butiker öppnades under året, vilket också bidrog till försäljningsökningen.

Minskad konsumtion i kombination med höga lagernivåer hos många spelare i branschen har lett till stor prispress. Koncernens bruttovinst under verksamhetsåret 2022/2023 blev 3 220 mkr (3 277). Den lägre bruttomarginalen förklaras dels av den nämnda generella prispressen i branschen, dels av taktik för att minska lager och kapitalbindning.

Omkostnaderna uppgick till 2 921 mkr (2 716). Inflationen har drivit upp kostnadsnivåerna generellt och lokalhyror, som är en betydande kostnadspost för koncernen, ökade kraftigt till följd av ovanligt höga indexuppräkningar.

Avskrivningar som uppgick till 69 mkr (67) bestod främst av avskrivning på inventarier och butiksinredning, men också av avskrivningar på fastigheter, hyresrätter, balanserade utgifter, varumärken och goodwill.

EBITDA för verksamhetsåret blev 299 mkr (554) och rörelseresultatet efter avskrivningar 223 mkr (488). Resultatutvecklingen under året var negativ till följd av en försämrad bruttomarginal i kombination med kostnadsökningar.

Koncernens finansnetto uppgick till -22,7 mkr (0,4). Ökning i varulager under året gav upphov till ett tillfälligt utökat kreditbehov, vilket i kombination med höjda räntor ledde till ökade räntekostnader. Resultat efter finansiella poster uppgick till 201 mkr (488).

Finansiell ställning
Kassan uppgick den 31 augusti 2023 till 45 mkr. Soliditeten förbättrades under året och uppgick till 43,8 procent.

Stadiums totala kreditfaciliteter summerade den 31 augusti till 1 149 mkr inklusive remburs-, inkasso- och leasinglimiter, varav 823 mkr var outnyttjade.

Personal
Antalet årsanställda uppgick under verksamhetsåret till 2 088. Frisknärvaron fortsätter ligga på en hög nivå.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret
Expansionen av Stadium Outlet fortsätter och nio nya butiker öppnades under året, varav fem i Sverige, två i Finland och två i Norge. Investeringar påbörjades också i flera nya butiker som öppnar under hösten 2023.

Stadium Rental är det senaste tillskottet i Stadiumkonceptet och erbjuder uthyrning av sportprodukter, till en början med fokus på alpin- och snowboardutrustning. Alpindepån i Åre, som Stadium förvärvade för ett par år sedan, omprofilerades under året till Stadium Rental och investeringar har också gjorts för att öppna en butik i Sälen, i slutet av 2023.

Expansionen av utvalda egna varumärken fortsätter och under året lanserades försäljning av SOC och Everest på egna e-handelssidor i ett flertal länder i Europa samt på Decathlons digitala marknadsplats.

Stadium Sports Camp genomfördes under två veckor på sommaren och aktiverade 3 400 barn och ungdomar.

Förväntad framtida utveckling samt väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer
Marknadsförutsättningarna som råder är tuffa och utvecklingen av handeln det närmaste året är osäker. Stadiumkoncernen planerar för fortsatt tillväxt inom både den fysiska handeln och e-handeln.

Kundupplevelsen är i fokus och sortiment, service och funktionalitet utvecklas löpande för att förbättra köpupplevelsen i alla säljkanaler.

Utöver tillväxt är stärkning av bruttomarginalen i fokus. För att motverka samt hantera pressade bruttomarginaler görs diverse satsningar i Stadiums egna varumärken, digitalisering och effektivisering genom bättre systemstöd. Det senaste årets inflation har dragit upp kostnadsnivåerna, inte minst lokalkostnaderna. För att säkerställa fortsatt kostnadseffektivitet och lönsamhet utvärderas butiksnätet och hyreskontrakten löpande.

Utöver risker och osäkerhetsfaktorer relaterade till konjunkturen och konsumenternas köpkraft, så finns även en påverkan och osäkerhet kopplat till väder, makroekonomiska förändringar och externa faktorer i produktionsländerna.

Moderföretaget
I moderbolaget, Stadium AB, bedrivs de koncerngemensamma funktionerna som på olika sätt servar koncepten och dotterföretagen med tjänster inom till exempel logistik, ekonomi, IT, HR och administration.

Nettoomsättningen uppgick till 945 mkr (869) och resultat efter finansiella poster till 84 mkr (135).

Moderföretaget investerade under verksamhetsåret cirka åtta mkr i ombyggnation av kontor, inventarier och IT-utrustning.

2024013005500

Utländska filialer

Stadium Outlet AB har en utländsk filial i Finland. Den finska filialen bedriver butiksverksamhet i fysisk butik och via e-handel; stadiumoutlet.fi.

Användning av finansiella instrument

Koncernens hantering av finansiella risker är centraliserade till finansavdelningen och bedrivs utifrån en av styrelsen fastställd finanspolicy.

En väsentlig del av koncernens inköp sker i USD. För att minska effekterna av framtida valutakursrörelser säkras löpande huvuddelen av koncernens kontrakterade varuinköp. Den säkrade terminskursen används för att värdera varuinköp.

Den 31 augusti 2023 fanns det 46 stycken terminskontrakt och marknadsvärdet värderat efter gällande valutakurser och marknadsräntor på återstående löptid uppgick till 13 mkr. Den genomsnittliga återstående löptiden var drygt fyra månader.

Förslag till disposition av företagets vinst

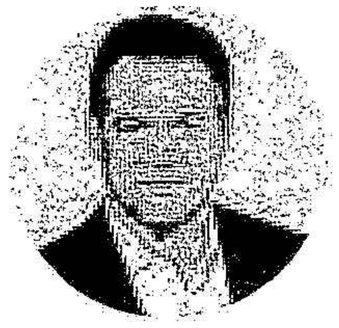
Styrelsen föreslår att fritt eget kapital, kronor 599 782 493, disponeras enligt följande:

Utdelning	60 000 000
Balanseras i ny räkning	539 782 493
Summa	599 782 493

Vad beträffar koncernens och moderföretagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar med tillhörande noter.

2024013005501

STYRELSE



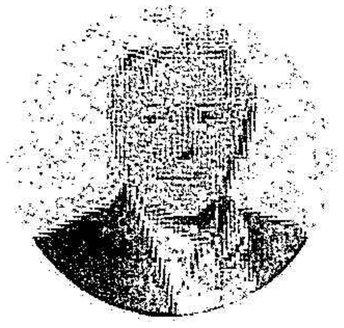
ANDERS SVENSSON

Född 1964

Styrelseordförande, invald 2019

Vd ICA Sverige 2009–2022 och Vice Vd ICA Gruppen. Arla Foods 2002–2009, bl a Senior Vice President och Vd för Arla Foods Sverige. Procter & Gamble Nordic och UK 1993–2002, bl a Logistikdirektör Norden och Försäljningsdirektör Sverige. Andersen Consulting 1988–1993.

Andra uppdrag: Ordförande i Svensk Handel och Cibonum Group.Styrelseledamot i Svenskt Näringsliv, Midsona, Skistar, Nicoya och RE:OCEAN.



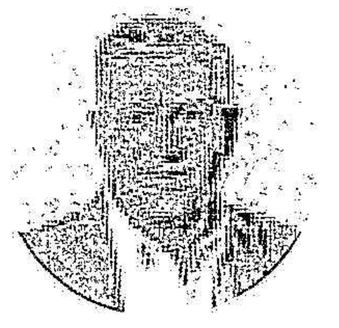
ULF EKLÖF

Född 1952

Vice styrelseordförande, invald 1974

Grundare Stadium

Andra uppdrag: Vd Eklöf Invest AB, styrelseledamot i ett antal bolag inom Eklöf Investkoncernen, samt styrelseledamot i ett antal bolag inom Stadium-koncernen.



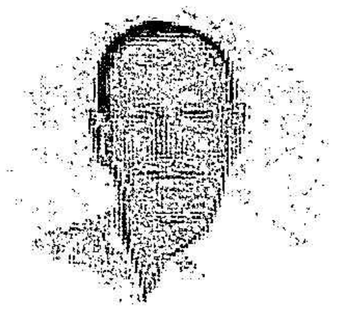
BO EKLÖF

Född 1956

Styrelseledamot sedan 1980

Grundare Stadium

Andra uppdrag: Styrelseledamot i ett antal bolag inom Eklöf Investkoncernen, samt styrelseledamot i ett antal bolag inom Stadiumkoncernen.

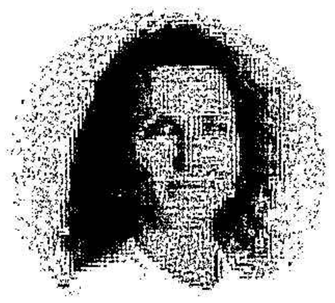


KARL EKLÖF

Född 1974

Styrelseledamot sedan 2003

CEO Stadium Group sedan 2015, arbetat inom koncernen sedan 1993. Har bland annat varit med och startat cirka 80 butiker i flera länder, haft en mängd olika roller såsom butikschef i flertalet butiker, försäljningschef, landschef i Danmark, vice Vd sedan 2008.



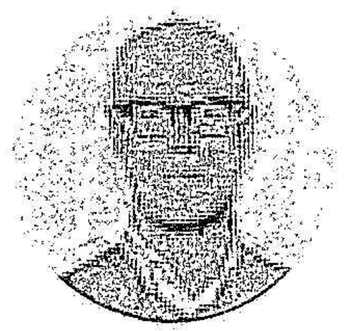
ANDREA GISLE JOOSEN

Född 1964

Styrelseledamot sedan 2021

Erfarenhet från konsumentnära branscher på bolag som Mars, Procter & Gamble, 20th Century Fox, Panasonic och Boxer. Arbetat som Vd med bland annat business turnaround, varumärkesbyggande och organisationsutveckling.

Andra uppdrag: Ordförande i Charge Amps och Bilprovningen, styrelseledamot i Logent och 888 plc (UK). Medlem av Svensk Handels valberedning. Coach/mentor för Vd-ar i Sverige och Storbritannien.



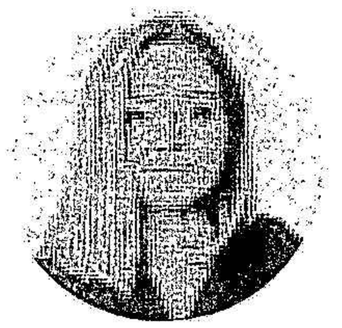
BIRGER LUND

Född 1949

Styrelseledamot sedan 2005

Koncernchef IKANO 2002–2011. Vd för IKEAs detaljhandel i Kina 1996–2002, Sverige 1990–1996, England 1984–1990 samt Nederländerna 1980–1984.

Andra uppdrag: Styrelsemedlem Solhemmet, Interogo Foundation.



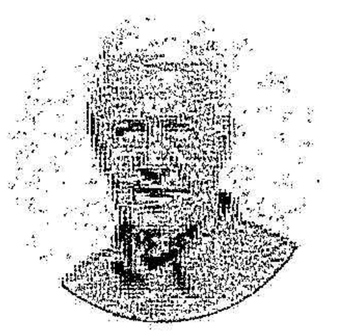
LINDA PALMGREN NYMAN

Född 1974

Styrelseledamot sedan 2018

Bakgrund som ledare inom näringslivet i Sverige och Norden, främst inom media, kommunikation och tech, samt nyckelperson bakom influencerfenomenets intåg på den svenska marknaden. Tidigare Vd, Bauer Media, Vd och utvecklingschef mediebyrån Starcom/ Publicis Groupe. Erfarenhet inom affärsutveckling, business turnarounds, marknadsföring och kommunikation.

Andra uppdrag: Styrelseledamot Voyd Play, IAB, rådgivare hos Wisory inom strategi och ledarskap.



JESPER FRUELUND SCHMIDT

Född 1953

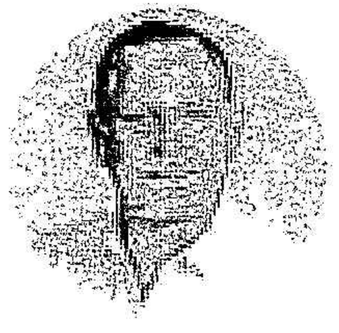
Styrelseledamot sedan 2014

Ikano AB, MD 2015–2020, Ikano Bank (DK) direktör 1996–2015, Finax, kreditdirektor, olika positioner i Hafnia i Danmark och England, samt olika positioner i Storno/General Electric i USA, Danmark och Tyskland.

Andra uppdrag: Styrelseledamot Ikano Re AG Schweiz och Ordförande Ikano Insight Ltd England.

20240130005502

KONCERNLEDNING

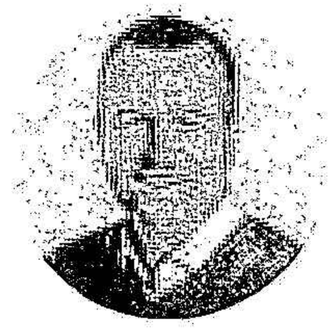


KARL EKLÖF

Född 1974

CEO Stadium Group sedan 2015

Arbetat heltid på Stadium sedan 1993. Har bland annat varit med och startat cirka 80 butiker i flera länder, haft en mängd olika roller inom företaget såsom butikschef i flertalet butiker, försäljningschef, landschef i Danmark, vice Vd sedan 2008.

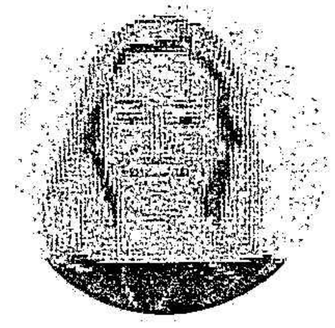


DANIEL LÖFKVIST

Född 1979

COO & Vice Vd Stadium Group sedan 2021

Arbetat på Stadium sedan 2001. Startade som butikssäljare för att sedan bli butikschef, arbetat i Danmark och med den tyska marknaden, som divisionschef, med våra specialformat, som försäljningschef, som Sverigechef, som General Manager för Stadium Outlet.

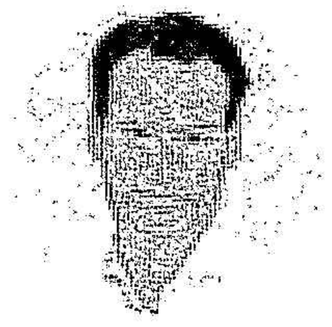


SOPHIA HEMSTAD

Född 1975

CFO Stadium Group sedan 2017

Började på Stadium 2017 och arbetade dessförinnan som CFO för en nordisk koncern inom den grafiska branschen. Tidigare managementkonsult i Stockholm under flertalet år, med Europa som arbetsplats och fokus på strategiska förändrings- och effektiviseringsprojekt.

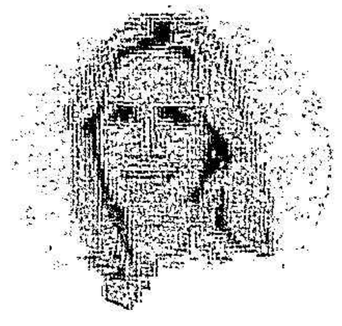


DANIEL JOHANSSON

Född 1978

Supply Chain Director Stadium Group sedan 2016

Arbetat med logistik på Stadium sedan 2001, från att sköta logistiken med papper och penna till automation av hela flödet.



MIRANDA NANHED

Född 1980

Purchase & Category Director Stadium Group sedan 2021

Erfarenhet av att utveckla inköpsfunktioner inom retail och tillverkningsindustrin, senast i rollen som Chief Purchasing Officer för en e-handlare inom barnmode. Som tidigare managementkonsult har förändringsarbete inom strategi, ledning och styrning samt digitalisering varit centrala komponenter i samtliga uppdrag.

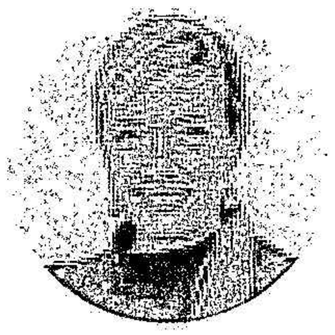


FREDRIK PERSSON

Född 1976

CDO Stadium Group sedan 2017

Arbetat på Stadium sedan 1997. Startade som butikssäljare för att sedan bli butikschef. Gick in i sin första roll inom digital försäljning 2007 när Stadium lanserade sin första e-handel.

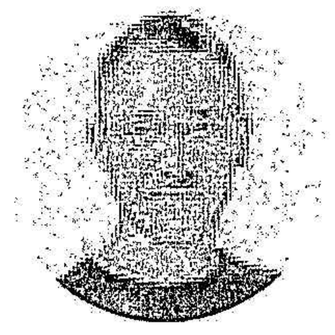


IDA TÖRNEKE

Född 1979

HR & Sustainability Director Stadium Group sedan 2022

Erfarenhet inom HR och som HR-chef, bland annat inom logistiksektorn och senast inom bygg- och anläggningsbranschen. Har i samtliga roller jobbat brett med bland annat chefsstöd, organisationsutveckling och strategisk kompetensförsörjning.

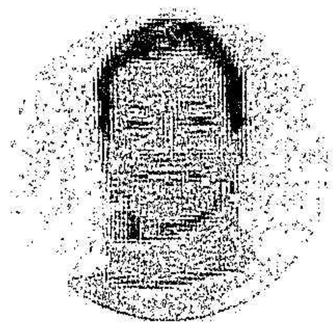


PINO ROSCIGNO

Född 1968

Commercial & Brand Director Stadium Group sedan 2017

Har sedan 2006 arbetat i företagsledande roller i finansbranschen med inriktning affärsutveckling, marknadsföring och försäljning på den nordiska marknaden. Specialistområden digital transformation, varumärkesutveckling och hållbarhetskommunikation



KRISTINA SKOOG RAPPESTAD

Född 1962

PA till CEO sedan 2004

Har arbetat inom hotell- och turistnäringen fram till starten på Stadium år 2000. Arbetade först ett par år på marknadsavdelningens inhousebyrå för att sedan landa i nuvarande roll.

20240130055O3



20240130055O4

RESULTATRÄKNING - KONCERNEN

Belopp i tkr	Not	2022/2023	2021/2022
Nettoomsättning	2	7 508 674	7 100 667
Övriga rörelseintäkter		49 553	29 910
		7 558 227	7 130 577
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-4 338 473	-3 854 044
Övriga externa kostnader	3,4	-1 567 268	-1 370 813
Personalkostnader	3	-1 351 602	-1 345 538
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-75 914	-66 818
Övriga rörelsekostnader		-1 795	-5 722
Rörelseresultat		**223 175**	**487 642**
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	5	2 807	3 576
Räntekostnader och liknande resultatposter	6	-25 458	-3 150
Resultat efter finansiella poster		200 524	488 068
Resultat före skatt		200 524	488 068
Skatt på årets resultat	8	-37 017	-102 441
Årets resultat		163 507	385 627

20240130055O5

BALANSRÄKNING - KONCERNEN

Belopp i tkr	Not	2023-08-31	2022-08-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande	9	27 952	43 355
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	10	-	390
Hyresrätter och liknande rättigheter	11	-	141
Goodwill	12	1 311	1 893
		29 263	**45 780**
Materiella anläggningstillgångar			
Byggnader och mark	13	56 204	58 508
Inventarier, verktyg och installationer	14	163 359	130 861
		219 563	**189 369**
Finansiella anläggningstillgångar			
Andra långfristiga värdepappersinnehav	16	146	146
Uppskjuten skattefordran	17	4 180	4 098
Andra långfristiga fordringar	18	8 232	8 232
		12 558	**12 475**
Summa anläggningstillgångar		**261 384**	**247 625**
Omsättningstillgångar			
Varulager m m			
Färdiga varor och handelsvaror		2 257 805	2 235 994
		2 257 805	**2 235 994**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		41 689	40 099
Fordringar hos moderföretag		59 556	-
Aktuell skattefordran		32 277	-
Övriga fordringar		55 542	79 157
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	191 456	209 358
		380 520	**328 613**
Kassa och bank			
Kassa och bank	30	45 254	38 268
		45 254	**38 268**
Summa omsättningstillgångar		**2 683 579**	**2 602 875**
SUMMA TILLGÅNGAR		**2 944 963**	**2 850 500**

Belopp i tkr	Not	2023-08-31	2022-08-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital	20	200 000	200 000
Reserver		165 679	182 067
Balanserat resultat inkl årets resultat		923 211	734 441
Summa eget kapital		**1 288 890**	**1 116 508**
Avsättningar			
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser	24	11 966	11 426
Uppskjuten skatteskuld	25	31 891	39 730
Övriga avsättningar	26	8 324	8 466
		52 181	**59 623**
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	29	165 404	204 331
Leverantörsskulder		839 958	879 196
Skulder till moderföretag		-	1 295
Aktuell skatteskuld		-	892
Övriga skulder		170 633	145 552
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	27	427 897	443 104
		1 603 892	**1 674 369**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**2 944 963**	**2 850 500**

20240130055O6

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL – KONCERNEN

Belopp i tkr	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Annat eget kapital inkl årets resultat
Ingående kapital 2021-09-01	200 000	18 154	865 295
Lämnad utdelning			-360 000
Omräkningsdifferens		946	6 487
Årets resultat 2021/2022			385 627
Utgående kapital 2022-08-31	200 000	19 100	897 408
Summa eget kapital 2022-08-31			**1 116 508**
Ingående kapital 2022-09-01	200 000	19 100	897 408
Omräkningsdifferens		2 022	6 853
Årets resultat 2022/2023			163 507
Utgående kapital 2023-08-31	200 000	21 122	1 067 768
Summa eget kapital 2023-08-31			**1 288 890**

KASSAFLÖDESANALYS – KONCERNEN

Belopp i tkr	Not	2022/2023	2021/2022
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	29	200 524	488 068
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	31	131 636	145 881
		332 160	**633 949**
Betald inkomstskatt		-59 106	-236 865
Kassaflöde från den löpande verksamheten före *förändringar av rörelsekapital*		**273 055**	**397 084**
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-) / Minskning (+) av varulager		-62 485	-832 927
Ökning (-) / Minskning (+) av rörelsefordringar		-33 141	64 670
Ökning (+) / Minskning (-) av rörelseskulder		-47 424	213 262
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**130 005**	**-157 911**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-80 478	-69 814
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-259	-5 077
Förvärv av dotterföretag/rörelse, netto likvidpåverkan		-	-52 000
Förvärv av finansiella tillgångar		-	450
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-80 737**	**-126 441**
Finansieringsverksamheten			
Upptagna lån		730 000	-
Amortering av lån		-702 250	-
Minskning checkkredit		-70 563	193 675
Utbetald utdelning		-	-360 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-42 813**	**-166 325**
Årets kassaflöde		6 455	-450 677
Likvida medel vid årets början		38 268	488 844
Kursdifferens i likvida medel		532	101
Likvida medel vid årets slut	30	**45 254**	**38 268**

20240130055507

RESULTATRÄKNING - MODERFÖRETAGET

Belopp i tkr	Not	2022/2023	2021/2022
Nettoomsättning	2	945 192	868 687
Övriga rörelseintäkter		56 172	27 794
		1 001 363	896 481
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-481 627	-441 456
Övriga externa kostnader	3,4	-266 920	-156 480
Personalkostnader	3	-169 299	-151 108
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-16 521	-13 081
Rörelseresultat	32	66 995	134 356
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	5	34 180	1 166
Räntekostnader och liknande resultatposter	6	-17 089	-213
Resultat efter finansiella poster		84 087	135 309
Bokslutsdispositioner			
Koncernbidrag, erhållna		34 735	286 050
Koncernbidrag, lämnade		-4 090	-11 950
Bokslutsdispositioner, övriga	7	26 764	54 142
Resultat före skatt		141 496	463 551
Skatt på årets resultat	8	-28 754	-97 041
Årets resultat		112 742	366 510

20240130055508

BALANSRÄKNING – MODERFÖRETAGET

Belopp i tkr	Not	2023-08-31	2022-08-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande	9	14 504	24 169
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	10	-	390
		14 504	**24 559**
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	14	19 516	18 220
		19 516	**18 220**
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	15, 32	103 160	103 160
Andra långfristiga värdepappersinnehav	16	144	144
Uppskjuten skattefordran	17	2 423	2 313
Andra långfristiga fordringar	18	8 100	8 100
		113 828	**113 717**
Summa anläggningstillgångar		**147 847**	**156 496**
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		743	2
Fordringar hos koncernföretag		841 039	813 166
Aktuell skattefordran		13 968	555
Övriga fordringar		38 647	4 160
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	20 382	17 630
		914 779	**835 514**
Kassa och bank			
Kassa och bank	30	208	-
		208	**-**
Summa omsättningstillgångar		**914 987**	**835 514**
SUMMA TILLGÅNGAR		**1 062 834**	**992 009**

Belopp i tkr	Not	2023-08-31	2022-08-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	20	200 000	200 000
Reservfond		62 000	62 000
Fond för aktiverade utvecklingsutgifter		14 504	24 169
		276 504	**286 169**
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat	21	487 040	110 865
Årets resultat		112 742	366 510
		599 782	477 375
Summa eget kapital		**876 287**	**763 544**
Obeskattade reserver			
Ackumulerade överavskrivningar	22	9 339	12 517
Periodiseringsfonder	23	88 383	111 969
		97 722	**124 486**
Avsättningar			
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser	24	11 765	11 226
		11 765	**11 226**
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	29	27 750	458
Leverantörsskulder		11 371	16 390
Skulder till koncernföretag		5 489	32 254
Övriga skulder		3 246	2 876
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	27	29 205	40 775
		77 061	**92 753**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**1 062 834**	**992 009**

20240130055509

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL – MODERFÖRETAGET

Belopp i tkr	Aktiekapital	Reservfond	Fond för aktiv. utv.utgifter	Fritt eget kapital
Ingående kapital 2021-09-01	200 000	62 000	30 415	464 620
Utdelning				-360 000
Omföring till fond för aktiverade utvecklingsutgifter			-6 246	6 246
Årets resultat 2021/2022				366 510
Utgående kapital 2022-08-31	200 000	62 000	24 169	477 376
Summa eget kapital 2022-08-31				**763 544**
Ingående kapital 2022-09-01	200 000	62 000	24 169	477 376
Omföring till fond för aktiverade utvecklingsutgifter			-9 665	9 665
Årets resultat 2022/2023				112 742
Utgående kapital 2023-08-31	200 000	62 000	14 504	599 782
Summa eget kapital 2023-08-31				**876 288**

KASSAFLÖDESANALYS – MODERFÖRETAGET

Belopp i tkr	Not	2022/2023	2021/2022
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	29	84 087	135 308
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	31	6 883	13 854
		90 970	**149 162**
Betald inkomstskatt		-42 420	-189 633
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**48 550**	**-40 470**
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-) / Minskning (+) av rörelsefordringar		-249 689	146 124
Ökning (+) / Minskning (-) av rörelseskulder		150 481	47 162
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**-50 657**	**152 815**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-7 530	-12 750
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-	-2 271
Avyttring av finansiella anläggningstillgångar		-	105
Förvärv av dotterföretag		-	-52 000
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-7 530**	**-66 915**
Finansieringsverksamheten			
Erhållna koncernbidrag		34 735	286 050
Lämnade koncernbidrag		-4 090	-11 950
Upptagna lån		730 000	-
Amortering av lån		-702 250	-
Utbetald utdelning		-	-360 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**58 395**	**-85 900**
Årets kassaflöde		208	-
Likvida medel vid årets början		-	-
Likvida medel vid årets slut		**208**	**-**

2024013005510

NOTER

Belopp i tkr om inget annat anges

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

Bedömningar och uppskattningar

Följande bedömningar har en effekt på redovisade belopp i årsredovisningen enligt styrelsen;

Stadium erbjuder sina kunder 365 dagars öppet köp. Reservering för öppet köp görs i redovisningen och reserven baseras på statistik, som mäter värdet av returerna i relation till total försäljning för e-handeln.

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde. Med nettoförsäljningsvärde avses värdering till försäljningspris efter avdrag för beräknad försäljningskostnad. Inkuransreserveringen innehåller därmed ett moment av bedömning.

Finansiella instrument

Redovisning och värdering

Finansiella instrument värderas utifrån anskaffningsvärde.

Finansiella tillgångar och skulder redovisas när företaget blir part i det finansiella instrumentets avtalsmässiga villkor. Finansiella tillgångar tas bort från balansräkningen när den avtalsenliga rätten till kassaflödet från tillgången upphör eller regleras, eller när de risker och fördelar förknippade med tillgången överförs till annan part. Finansiella skulder tas bort från balansräkningen när den avtalade förpliktelsen fullgörs eller upphör.

Kundfordringar värderas till anskaffningsvärde med avdrag för befarade förluster. Leverantörsskulder och andra icke-räntebärande skulder värderas till nominella belopp.

Finansiella anläggningstillgångar och finansiella långfristiga skulder samt räntebärande kortfristiga fordringar och skulder värderas såväl vid första redovisningstillfället som i efterföljande värdering till upplupet anskaffningsvärde, vilket normalt är detsamma som verkligt värde (transaktionsvärdet) vid anskaffningstidpunkten med tillägg av direkt hänförliga transaktionsutgifter såsom courtage.

Derivatinstrument

Långfristiga derivatinstrument med positivt värde värderas enligt lägsta värdets princip. Långfristiga och kortfristiga derivatinstrument med negativt värde värderas till det belopp som för företaget är mest förmånligt om förpliktelsen regleras eller överlåts på balansdagen.

Immateriella anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar som förvärvats är redovisade till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar.

Samtliga utgifter som uppkommer under forskningsfasen kostnadsförs när de uppkommer. Samtliga utgifter som uppkommer under utvecklingsfasen aktiveras när följande förutsättningar är uppfyllda; företagets avsikt är att färdigställa den immateriella tillgången samt att använda eller sälja den och företaget har förutsättningar att använda eller sälja tillgången, det är tekniskt möjligt för företaget att färdigställa den immateriella tillgången så att den kan användas eller säljas och det finns adekvata tekniska, ekonomiska och andra resurser för att fullfölja utvecklingen och för att använda eller sälja tillgången, det är sannolikt att den immateriella anläggningstillgången kommer att generera framtida ekonomiska fördelar och företaget kan på ett tillförlitligt sätt beräkna de utgifter som är hänförliga till tillgången under dess utveckling.

Avskrivningar

Avskrivning sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod. Avskrivningen redovisas som kostnad i resultaträkningen.

Tillkommande utgifter

Tillkommande utgifter för en immateriell tillgång läggs till anskaffningsvärdet endast om de ökar de framtida ekonomiska fördelarna som överstiger den ursprungliga bedömningen och utgifterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Alla andra utgifter kostnadsförs när de uppkommer.

Förvärvade immateriella tillgångar

Varumärken	5 år
Mjukvara	5 år
Hyresrätter	5–15 år

Hyresrätter skrivs av över kontraktets löptid.

Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar.

Tillkommande utgifter

Tillkommande utgifter som uppfyller tillgångskriteriet räknas in i tillgångens redovisade värde. Utgifter för löpande underhåll och reparationer redovisas som kostnader när de uppkommer.

Avskrivningar

Avskrivning sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod eftersom det återspeglar den förväntade förbrukningen av tillgångens framtida ekonomiska fördelar. Avskrivningen redovisas som kostnad i resultaträkningen.

	Nyttjandeperiod
Inventarier, verktyg och installationer	5–15 år
Byggnader	
- Stomme	40–60 år
- Platta	40–60 år
- Tak	10–30 år
- Installationer	10 år
- Ytskikt	3–10 år
- Markanläggningar	20 år

Leasing

I koncernen redovisas tillgångar som leasas genom ett finansiellt leasingavtal som en materiell anläggningstillgång samtidigt som framtida leasingavgifter redovisas som skuld. Vid det första redovisningstillfället redovisas tillgången och skulden till nuvärdet av framtida minimileaseavgifter och eventuellt restvärde. Vid beräkningen av nuvärdet av minimileaseavgifterna används avtalets implicita ränta. Operationella leasingavtal redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

2024013005511

Not 1 – Redovisningsprinciper, forts.

Koncernens leasingavtal för företagsbilar klassificeras som finansiell leasing i koncernen.

I moderföretaget redovisas samtliga leasingavtal, såväl finansiella som operationella, som operationella leasingavtal.

Utländsk valuta

Poster i utländsk valuta

Monetära poster i utländsk valuta räknas om till balansdagens kurs.

Valutakursdifferenser som uppkommer vid reglering eller omräkning av monetära poster redovisas i resultaträkningen det räkenskapsår de uppkommer.

Omräkning av utlandsverksamheter

Tillgångar och skulder räknas om till redovisningsvalutan till balansdagskurs. Intäkter och kostnader räknas om till avistakursen per varje dag för affärshändelserna om inte en kurs som utgör en approximation av den faktiska kursen används (t.ex. genomsnittlig kurs). Valutakursdifferenser som uppkommer vid omräkning redovisas direkt mot eget kapital.

Derivat och säkringsredovisning

Derivatinstrument som utgör finansiella tillgångar och för vilka säkringsredovisning inte har tillämpats (se nedan) värderas efter det första redovisningstillfället till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen. Några sådana derivatinstrument förelåg inte på balansdagen.

Säkringsredovisning tillämpas endast då det finns en ekonomisk relation mellan säkringsinstrumentet och den säkrade posten som överensstämmer med företagets mål för riskhantering. Dessutom krävs att säkringsförhållandet förväntas vara mycket effektivt under den period för vilken säkringen har identifierats samt att säkringsförhållandet och företagets mål för riskhantering och riskhanteringsstrategi avseende säkringen är dokumenterade senast när säkringen ingås.

(i) Säkring av fordringar och skulder i utländsk valuta

Vid säkring av fordringar och skulder i utländsk valuta med valutaterminer värderas den underliggande fordran eller skulden till terminskurs.

(ii) Säkring av bindande åtaganden och prognostiserade transaktioner i utländsk valuta

Resultatet av säkringar av bindande åtaganden och mycket sannolika prognostiserade transaktioner i utländsk valuta redovisas samtidigt som den säkrade transaktionen påverkar resultaträkningen. Vid säkring av inköp av varor eller materiella anläggningstillgångar i utländsk valuta inkluderas den ackumulerade värdeförändringen som är hänförlig till säkringsinstrumentet i anskaffningsvärdet för varulagret eller den materiella anläggningstillgången.

Filialer i utlandet

Balansräkningen för företagets utländska filialer räknas om till balansdagens kurs. Filialernas resultaträkningar räknas om till snittkurs för räkenskapsåret. Omräkningsdifferenser för tidigare års resultat redovisas över resultaträkningen.

Likvida medel

Likvida medel omfattar kassa, omedelbart tillgängliga banktillgodohavanden samt övriga penningmarknadsinstrument med ursprunglig löptid understigande tre månader. Dessa poster värderas generellt till upplupet anskaffningsvärde.

Varulager

Varulagret är upptaget till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Därvid har inkuransrisk beaktats. Anskaffningsvärdet beräknas enligt principen först in-först ut, eller vägda genomsnittspriser. I anskaffningsvärdet ingår förutom utgifter för inköp även utgifter för att bringa varorna till deras aktuella plats och skick.

Med nettoförsäljningsvärde avses värdering till försäljningspris efter avdrag för beräknad försäljningskostnad. Inkuransreserveringen innehåller därmed ett moment av bedömning.

Nyttjandetiden för uthyrningslagret har bedömts till 3 år, varvid uthyrningslagret skrivs ned över 3 år med 1/3 per år. Eventuella restvärden efter 3 år bedöms och beaktas per balansdagen.

Ersättningar till anställda

Ersättningar till anställda i form av löner, bonus, betald semester, betald sjukfrånvaro med mera samt pensioner redovisas i takt med intjänandet. Beträffande pensioner och andra ersättningar efter avslutad anställning klassificeras dessa som avgiftsbestämda eller förmånsbestämda pensionsplaner. Det finns inga övriga långfristiga ersättningar till anställda.

Pensioner

Planer för ersättningar efter avslutad anställning klassificeras som antingen avgiftsbestämda eller förmånsbestämda.

Vid avgiftsbestämda planer betalas fastställda avgifter till ett annat företag, normalt ett försäkringsföretag, och Stadium har inte längre någon legal eller informell förpliktelse till den anställde när avgiften är betald. Storleken på den anställdes ersättningar efter avslutad anställning är beroende av de avgifter som har betalats och den kapitalavkastning som avgifterna ger.

Övriga planer klassificeras som förmånsbestämda pensionsplaner. Vid förmånsbestämda planer har företaget en förpliktelse att lämna de överenskomna ersättningarna till nuvarande och tidigare anställda.

I koncernen finns såväl avgiftsbestämda som förmånsbestämda pensionsplaner.

Avgiftsbestämda planer

Avgifterna för avgiftsbestämda planer redovisas som kostnad under den period de anställda utför tjänsterna, som ligger till grund för förpliktelsen. Obetalda avgifter redovisas som skuld.

Förmånsbestämda planer

Företaget har valt att tillämpa de förenklingsregler som finns i BFNAR 2012:1.

Förmånsbestämda planer för vilka pensionspremier betalas redovisas som avgiftsbestämda planer vilket innebär att avgifterna kostnadsförs i resultaträkningen.

I de fall pensionsförpliktelserna är uteslutande beroende av värdet på en ägd tillgång redovisas pensionsförpliktelsen som en avsättning motsvarande tillgångens redovisade värde.

Koncernens och moderföretagets avsättningar för pensioner är inte tryggade enligt tryggandelagen. De avser företagsägda kapitalförsäkringar tecknade till förmån för direktpension.

Skatt

Skatt på årets resultat i resultaträkningen består av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är inkomstskatt för innevarande räkenskapsår som avser årets skattepliktiga resultat och den del av tidigare räkenskapsårs inkomstskatt som ännu inte har redovisats. Uppskjuten skatt är inkomstskatt för skattepliktigt resultat avseende framtida räkenskapsår till följd av tidigare transaktioner eller händelser.

Värderingen baseras på hur det redovisade värdet för motsvarande tillgång eller skuld förväntas regleras. Beloppen baseras på de skattesatser och skatteregler som är beslutade före balansdagen och har inte nuvärdesberäknats.

20240130055512

Not 1 – Redovisningsprinciper, forts.

Uppskjutna skattefordringar har värderats till högst det belopp som sannolikt kommer att återvinnas baserat på innevarande och framtida skattepliktiga resultat. Värderingen omprövas varje balansdag.

I koncernbalansräkningen delas obeskattade reserver upp på uppskjuten skatt och eget kapital.

Avsättningar

En avsättning redovisas i balansräkningen när företaget har en legal eller informell förpliktelse till följd av en inträffad händelse och det är sannolikt att ett utflöde av resurser krävs för att reglera förpliktelsen och en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras.

Vid första redovisningstillfället värderas avsättningar till den bästa uppskattningen av det belopp som kommer att krävas för att reglera förpliktelsen på balansdagen. Avsättningarna omprövas varje balansdag.

Eventualförpliktelser

En eventualförpliktelse redovisas i not när det finns:

- En möjlig förpliktelse som härrör till följd av inträffade händelser och vars förekomst endast kommer att bekräftas av en eller flera osäkra framtida händelser, som inte helt ligger inom företagets kontroll, inträffar eller uteblir, eller
- En befintlig förpliktelse till följd av inträffade händelser, men som inte redovisas som skuld eller avsättning eftersom det inte är sannolikt att ett utflöde av resurser kommer att krävas för att reglera förpliktelsen eller förpliktelsens storlek inte kan beräknas med tillräcklig tillförlitlighet.

Intäkter

Det inflöde av ekonomiska fördelar som företaget erhållit eller kommer att erhålla för egen räkning redovisas som intäkt. Intäkter värderas till verkliga värdet av det som erhållits eller kommer att erhållas, med avdrag för rabatter och för förväntade returer.

Vid försäljning av varor redovisas intäkten vid leverans.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen är upprättad enligt förvärvsmetoden. Koncernredovisningen omfattar moderföretaget samt dess dotterföretag. Med dotterföretag avses de företag i vilka moderföretaget, direkt eller indirekt, har ett bestämmande inflytande. I normalfallet avser detta företag där moderföretaget innehar mer än 50 % av rösterna. I koncernredovisningen ingår dotterföretagen från den dagen koncernen erhåller bestämmande inflytande tills den dag det inte längre föreligger. Dotterföretagens redovisningsprinciper överensstämmer med koncernens redovisningsprinciper i övrigt.

I koncernredovisningen elimineras koncernföretagens bokslutsdispositioner och ingår i det redovisade resultatet efter avdrag för uppskjuten skatt. Detta innebär att koncernföretagens obeskattade reserver i koncernens balansräkning fördelas mellan uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Redovisningsprinciper i moderföretaget

Redovisningsprinciperna i moderföretaget överensstämmer med de ovan angivna redovisningsprinciperna i koncernredovisningen utom i nedanstående fall.

Koncernbidrag

Koncernbidrag som erhållits/lämnats redovisas som en bokslutsdisposition i resultaträkningen. Det erhållna/lämnade koncernbidraget har påverkat företagets aktuella skatt.

NOT 2 NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISK MARKNAD

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Nettoomsättning per geografisk marknad		
Sverige	5 622 398	5 498 312
Finland	1 794 466	1 539 091
Norge	91 060	63 264
Österrike	20	-
Belgien	41	-
Danmark	519	-
Frankrike	1	-
Nederländerna	54	-
Polen	0	-
Tyskland	116	-
Summa	**7 508 674**	**7 100 667**

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Nettoomsättning per geografisk marknad		
Sverige	350 065	326 541
Finland	590 988	539 408
Norge	4 138	2 738
Summa	**945 192**	**868 687**

NOT 3 ANSTÄLLDA, PERSONALKOSTNADER OCH ARVODEN TILL STYRELSE OCH REVISORER

Medelantalet anställda

	2022/2023	Varav män	2021/2022	Varav män
Moderföretaget				
Sverige	179	41 %	160	42 %
Totalt i moderföretaget	**179**	**41 %**	**160**	**42 %**
Dotterföretag				
Sverige	1 446	37 %	1 405	39 %
Finland	436	36 %	385	36 %
Norge	25	40 %	16	35 %
Hong Kong	3	33 %	4	48 %
Totalt i dotterföretag	**1 910**	**37 %**	**1 810**	**38 %**
Koncernen totalt	**2 088**	**37 %**	**1 970**	**39 %**

20240130055513

Not 3 – Anställda, personalkostnader och arvoden till styrelse och revisorer, forts.

Redovisning av könsfördelning i företagsledningar

	2023-08-31 Andel kvinnor	2022-08-31 Andel kvinnor
Moderföretaget		
Styrelsen	25 %	25 %
Övriga ledande befattningshavare	44 %	38 %
Koncernen totalt		
Styrelsen	25 %	25 %
Övriga ledande befattningshavare	44 %	44 %
Butikschefer	58 %	55 %

Löner och andra ersättningar samt sociala kostnader, inklusive pensionskostnader

	2022/2023		2021/2022	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderföretaget	107 382	54 274	97 767	47 610
(varav pensionskostnad)		*(15 214)*	[1]	*(13 502)*
Dotterföretag	890 279	278 151	807 386	257 274
(varav pensionskostnad)		*(84 961)*		*(79 418)*
Koncernen totalt	997 661	332 425	905 153	304 885
(varav pensionskostnad)		*(100 176)*	[2]	*(92 920)*

1) Av moderföretagets pensionskostnader avser 511 (f.å. 481) företagets ledning avseende 1 (2) personer. Företagets utestående pensionsförpliktelser till dessa uppgår till 8 100 (f.å. 8 100).

2) Av koncernens pensionskostnader avser 511 (f.å. 481) företagets ledning avseende 2 (3) personer. Koncernens utestående pensionsförpliktelser till dessa uppgår till 8 232 (f.å. 8 232).

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter m.fl. och övriga anställda

	2022/2023		2021/2022	
	Styrelse och Vd	Övriga anställda	Styrelse och Vd	Övriga anställda
Moderföretaget	6 604	100 778	8 128	89 639
(varav tantiem o.d.)	(–)	(–)	*(2 075)*	*(6 414)*
Dotterföretag	–	890 279	–	807 386
(varav tantiem o.d.)	(–)	*(3 200)*	(–)	*(23 695)*
Koncernen totalt	6 604	991 057	8 128	897 024
(varav tantiem o.d.)	(–)	*(3 200)*	*(2 075)*	*(30 109)*

Avgångsvederlag
Anställningsavtalet med Vd löper med tolv månaders uppsägningstid från bolagets sida. Under uppsägningstiden utgår grundlön och andra förmåner.

Arvode och kostnadsersättning till revisorer

Koncernen	2022/2023	2021/2022
BDO Mälardalen AB		
Revisionsuppdrag	1 564	1 110
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	116	92
Skatterådgivning	47	–
Andra uppdrag	190	112
Summa	1 916	1 313

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
BDO Mälardalen AB		
Revisionsuppdrag	336	194
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	–	46
Skatterådgivning	47	11
Summa	383	250

Not 4 OPERATIONELL LEASING

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Inom ett år	477 349	368 970
Mellan ett och fem år	872 579	489 884
Senare än fem år	32 663	28 161
Summa	1 382 590	887 015

	2022/2023	2021/2022
Räkenskapsårets kostnadsförda leasingavgifter	607 945	553 416

Kostnaderna avser till övervägande del hyreskostnader för butikslokaler.

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Framtida minimileaseavgifter avseende icke uppsägningsbara operationella leasingavtal		
Inom ett år	19 636	21 544
Mellan ett och fem år	4 4926	1 330
Senare än fem år	–	–
Summa	64 562	22 874

	2022/2023	2021/2022
Räkenskapsårets kostnadsförda leasingavgifter	20 955	18 714

Kostnaderna avser till övervägande del hyreskostnader för kontorslokaler samt bilar.

20240130055514

NOT 5 RÄNTEINTÄKTER OCH LIKNANDE RESULTATPOSTER

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Ränteintäkter, övriga	2 469	77
Periodisering terminspremie	–	3 499
Övrigt	338	–
Summa	2 807	3 576

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Ränteintäkter, koncernföretag	34 052	1 226
Ränteintäkter, övriga	128	62
Övrigt	0	–122
Summa	34 180	1 166

NOT 6 RÄNTEKOSTNADER OCH LIKNANDE RESULTATPOSTER

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Räntekostnader, övriga	–21 786	–3 150
Periodisering terminspremie	–2 808	–
Övrigt	–864	0
Summa	–25 458	–3 150

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Räntekostnader, koncernföretag	–	0
Räntekostnader, övriga	–17 089	–213
Övrigt	0	0
Summa	–17 089	–213

NOT 7 BOKSLUTSDISPOSITIONER, ÖVRIGA

	2022/2023	2021/2022
Skillnad mellan skattemässig och redovisad avskrivning		
– Balanserade utgifter och liknande rättigheter	3 733	2 417
– Inventarier, verktyg och installationer	–555	–2 245
Periodiseringsfond, årets återföring	23 586	53 970
Summa	26 764	54 142

NOT 8 SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Aktuell skattekostnad	–44 939	–111 204
Uppskjuten skatt	7 921	8 763
Summa	–37 017	–102 441

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Aktuell skattekostnad	–28 865	–97 193
Uppskjuten skatt	111	152
Summa	–28 754	–97 041

Avstämning av effektiv skatt

	2022/2023		2021/2022	
Koncernen	*Procent*	*Belopp*	*Procent*	*Belopp*
Resultat före skatt		200 524		488 068
Skatt enligt gällande skattesats för moderföretaget	20,6 %	–41 308	20,6 %	–100 542
Effekt av andra skattesatser för utländska dotterföretag	–0,1 %	206	0,0 %	174
Andra icke-avdragsgilla kostnader	1,6 %	–3 143	0,5 %	–2 508
Ej skattepliktiga intäkter	–0,1 %	165	–0,2 %	982
Skatteeffekt schablonintäkt periodiseringsfond	0,4 %	–739	0,2 %	–838
Ökning av underskottsavdrag utan motsvarande aktivering av uppskjuten skatt	–0,1 %	103	0,0 %	–204
Skatt hänförlig till tidigare år	–2,4 %	4 883	–0,1 %	251
Förändring av uppskjuten skatt	–0,3 %	540	0,0 %	–184
Övrigt	–1,1 %	2 278	–0,1 %	428
Redovisad effektiv skatt	**18,5 %**	**–37 017**	**21,0 %**	**–102 441**

	2022/2023		2021/2022	
Moderföretaget	Procent	Belopp	Procent	Belopp
Resultat före skatt		141 496		463 551
Skatt enligt gällande skattesats för moderföretaget	20,6 %	–29 148	20,6 %	–95 491
Ej avdragsgilla kostnader	0,6 %	–871	0,3 %	–1 401
Ej skattepliktiga intäkter	0,0 %	27	0,0 %	13
Skatteeffekt schablonintäkt periodiseringsfond	0,5 %	–739	0,2 %	–838
Skatt hänförlig till tidigare år	0,2 %	–265	–	–
Förändring av uppskjuten skatt	–0,1 %	111	–0,1 %	401
Övrigt	–1,5 %	2 132	–0,1 %	276
Redovisad effektiv skatt	**20,3 %**	**–28 754**	**20,9 %**	**–97 041**

2024013005515

NOT 9 BALANSERADE UTGIFTER FÖR UTVECKLINGSARBETEN OCH LIKNANDE

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	85 462	81 073
Årets anskaffningar	259	5 077
Avyttringar och utrangeringar	-12 100	-935
Årets valutakursdifferenser	578	247
Summa	74 199	85 462
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-42 106	-28 306
Återförda avskrivningar på avyttringar och utrangeringar	12 100	686
Omklassificeringar	1	6
Årets avskrivning	-13 919	-14 420
Årets valutakursdifferenser	-269	-73
Summa	-44 193	-42 106
Ackumulerade nedskrivningar		
Årets nedskrivningar	-2 054	-
Summa	-2 054	-
Redovisat värde vid årets slut	27 952	43 355

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	44 113	41 843
Årets anskaffningar	-	2 271
Avyttringar och utrangeringar	-12 100	-
Summa	32 013	44 113
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-19 944	-11 428
Återförda avskrivningar på avyttringar och utrangeringar	12 100	-
Årets avskrivning	-7 611	-8 516
Summa	-15 456	-19 944
Ackumulerade nedskrivningar		
Årets nedskrivningar	-2 054	-
Summa	-2 054	-
Redovisat värde vid årets slut	14 504	24 169

NOT 10 KONCESSIONER, PATENT, LICENSER, VARUMÄRKEN SAMT LIKNANDE RÄTTIGHETER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	5 238	5 238
Summa	5 238	5 238
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-4 848	-4 458
Årets avskrivning	-390	-390
Summa	-5 238	-4 848
Redovisat värde vid årets slut	-	390

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	5 238	5 238
Summa	5 238	5 238
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-4 848	-4 458
Årets avskrivning	-390	-390
Summa	-5 238	-4 848
Redovisat värde vid årets slut	-	390

NOT 11 HYRESRÄTTER OCH LIKNANDE RÄTTIGHETER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	16 000	16 000
Avyttringar och utrangeringar	-16 000	-
Summa	-	16 000
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-15 859	-15 435
Avyttringar och utrangeringar	16 000	-
Årets avskrivning	-141	-424
Summa	-	-15 859
Redovisat värde vid årets slut	-	141

20240130055516

NOT 12 GOODWILL

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	2 913	2 913
Summa	2 913	2 913
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-1 019	-437
Årets avskrivning	-582	-582
Summa	-1 601	-1 019
Redovisat värde vid årets slut	1 311	1 893

NOT 13 BYGGNADER OCH MARK

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	60 238	-
Rörelseförvärv	-	60 238
Summa	60 238	60 238
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-1 729	-
Årets avskrivning	-2 305	-1 729
Summa	-4 034	-1 729
Redovisat värde vid årets slut	56 204	58 508

NOT 14 INVENTARIER, VERKTYG OCH INSTALLATIONER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	1 137 144	1 063 359
Nyanskaffningar	93 180	75 038
Avyttringar och utrangeringar	-45 644	-14 028
Årets valutakursdifferenser	27 462	12 775
Summa	1 212 142	1 137 144
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-1 006 283	-952 275
Återförda avskrivningar på avyttringar och utrangeringar	39 132	7 108
Omklassificeringar	-55	-6
Årets avskrivning	-51 198	-49 833
Årets valutakursdifferenser	-25 053	-11 277
Summa	-1 043 457	-1 006 283
Ackumulerade nedskrivningar		
Vid årets början	-	-560
Under året återförda nedskrivningar	-	1 400
Årets nedskrivningar	-5 326	-840
Summa	-5 326	-
Redovisat värde vid årets slut	163 359	130 861

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	41 146	38 281
Nyanskaffningar	7 530	12 750
Avyttringar och utrangeringar	-1 149	-9 885
Summa	47 527	41 146
Ackumulerade avskrivningar		
Vid årets början	-22 927	-28 585
Återförda avskrivningar på avyttringar och utrangeringar	1 149	9 833
Årets avskrivning på anskaffningsvärden	-6 234	-4 174
Summa	-28 012	-22 927
Redovisat värde vid årets slut	19 516	18 220

2024013005517

Not 14 – Inventarier, verktyg och installationer, forts.

Leasing

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Inventarier som innehas under finansiella leasingavtal ingår med ett redovisat värde om	14 542	10 656

Under övriga kort- respektive långfristiga skulder i koncernen redovisas nuvärdet av framtida betalningar avseende skuldförda finansiella leasingförpliktelser.

De finansiella leasingavtalen avser i sin helhet företagsbilar.

NOT 15 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	143 667	111 873
Förvärv	–	31 795
Summa	143 667	143 667
Ackumulerade nedskrivningar		
Vid årets början	-40 508	-40 386
Årets förändring	–	-122
Summa	-40 508	-40 508
Redovisat värde vid årets slut	103 160	103 160

Spec av moderföretagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Dotterföretag / Org nr / Säte	Antal andelar	Andel i %[1)]	2023-08-31 Redovisat värde	2022-08-31 Redovisat värde
Stadium Sweden AB, 556236-4397, Norrköping	50 000	100,0	57 360	57 360
Stadium Oy, 1515574-2, Helsingfors				
Stadium Outlet Norge A/S, 971173076, Oslo				
Stadium Deutschland GmbH, HRB57867, Hamburg				
Stadium Rental AB, 556973-7512, Norrköping				
Stadium (HK) Limited, 1658390, Hong Kong	1	100,0	0	0
Stadium Outlet AB, 556249-1216, Norrköping	100	100,0	10 933	10 933
Stadium Solutions AB, 556531-8390, Norrköping	1 000	100,0	100	100
Sneakers Point AB, 556353-1416, Norrköping	1 000	100,0	–	–
Stadium Ski AB, 556425-2053, Norrköping	10 000	100,0	1 200	1 200
Mats Sport AB, 556425-1287, Norrköping	10 000	100,0	1 200	1 200
New Race Marin AB, 556221-1770, Norrköping	5 000	100,0	214	214
Stadium Sports Camp AB (svb), 556521-6834, Norrköping	1 000	100,0	358	358
Stadium Fastigheter AB, 559343-8731, Norrköping	500	100,0	31 795	31 795
			103 160	103 160

1 Ägarandelen av kapitalet avses, vilket även överensstämmer med andelen av rosterna för totalt antal aktier.

Spec av dotterföretagens resultat

	2022/2023		2021/2022	
Dotterföretag / Org nr / Säte	Årets resultat	Valuta	Årets resultat	Valuta
Stadium Sweden AB, 556236-4397, Norrköping	43 570	SEK	56 021	SEK
Stadium Oy, 1515574-2, Helsingfors	3 137	EUR	2 478	EUR
The Stadium Norge A/S, 971173076, Oslo	1 515	NOK	1 061	NOK
Stadium Deutschland GmbH, HRB57867, Hamburg	–	EUR	–	EUR
Stadium Rental AB, 556973-7512, Norrköping	291	SEK	-287	SEK
Stadium (HK) Limited, 1658390, Hong Kong	149	HKD	315	HKD
Stadium Outlet AB, 556249-1216, Norrköping	26 313	SEK	27 394	SEK
Stadium Solutions AB, 556531-8390, Norrköping	42	SEK	-6	SEK
Sneakers Point AB, 556353-1416, Norrköping	511	SEK	18	SEK
Stadium Ski AB, 556425-2053, Norrköping	39	SEK	-40	SEK
Mats Sport AB, 556425-1287, Norrköping	–	SEK	–	SEK
New Race Marin AB, 556221-1770, Norrköping	–	SEK	–	SEK
Stadium Sports Camp AB (svb), 556521-6834, Norrköping	-1	SEK	-537	SEK
Stadium Fastigheter AB, 559343-8731, Norrköping	-392	SEK	1 475	SEK

20240130055518

Not 15 – Andelar i koncernföretag, forts.

Spec av dotterföretagens egna kapital

	2023-08-31		2022-08-31	
Dotterföretag / Org nr / Säte	Eget kapital	Valuta	Eget kapital	Valuta
Stadium Sweden AB, 556236-4397, Norrköping	209 338	SEK	165 768	SEK
Stadium Oy, 1515574-2, Helsingfors	6 591	EUR	5 954	EUR
The Stadium Norge A/S, 971173076, Oslo	3 731	NOK	2 216	NOK
Stadium Deutschland GmbH, HRB57867, Hamburg	–	EUR	–	EUR
Stadium Rental AB, 556973-7512, Norrköping	934	SEK	643	SEK
Stadium (HK) Limited, 1658390, Hong Kong	2 501	HKD	2 352	HKD
Stadium Outlet AB, 556249-1216, Norrköping	121 971	SEK	93 903	SEK
Stadium Solutions AB, 556531-8390, Norrköping	164	SEK	122	SEK
Sneakers Point AB, 556353-1416, Norrköping	660	SEK	149	SEK
Stadium Ski AB, 556425-2053, Norrköping	1 234	SEK	1 195	SEK
Mats Sport AB, 556425-1287, Norrköping	1 200	SEK	1 200	SEK
New Race Marin AB, 556221-1770, Norrköping	633	SEK	633	SEK
Stadium Sports Camp AB (svb), 556521-6834, Norrköping	155	SEK	156	SEK
Stadium Fastigheter AB, 559343-8731, Norrköping	1 133	SEK	1 525	SEK

NOT 16 ANDRA LÅNGFRISTIGA VÄRDEPAPPERSINNEHAV

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	146	146
Redovisat värde vid årets slut	146	146

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	144	144
Redovisat värde vid årets slut	144	144

NOT 17 UPPSKJUTEN SKATT

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ingående saldo	4 098	3 715
Tillkommande skattefordringar	147	471
Återförda skattefordringar	-65	-88
Redovisat värde vid årets slut	4 180	4 098

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ingående saldo	2 313	2 160
Tillkommande skattefordringar	111	152
Redovisat värde vid årets slut	2 423	2 313

NOT 18 ANDRA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	8 232	8 560
Tillkommande fordringar	–	17
Reglerade fordringar	–	-345
Redovisat värde vid årets slut	8 232	8 232

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	8 100	8 083
Tillkommande fordringar	–	17
Redovisat värde vid årets slut	8 100	8 100

20240130005519

NOT 19 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Förutbetalda hyror	126 740	101 902
Förutbetalda leasingavgifter	1 419	1 205
Förutbetalda försäkringspremier	2 076	2 167
Förutbetald marknadsföring och sponsring	3 802	9 186
IT-relaterade poster	11 900	13 707
Upplupna ränteintäkter	4 307	4 131
Personalrelaterade poster	3 384	2 213
Upplupna intäkter	15 356	20 295
Övriga poster	22 472	54 550
Redovisat värde vid årets slut	191 456	209 358

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Förutbetalda hyror	3 956	3 146
Förutbetalda leasingavgifter	226	158
Förutbetalda försäkringspremier	44	987
Personalrelaterade poster	2 898	1 826
IT-relaterade kostnader	9 134	8 359
Upplupna ränteintäkter	1 500	–
Förutbetald marknadsföring och sponsring	507	5
Övriga poster	2 116	3 148
Redovisat värde vid årets slut	20 382	17 630

NOT 20 AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet består av 1 732 000 aktier med ett kvotvärde motsvarande 115,47 kr vardera.

NOT 21 FÖRSLAG TILL DISPOSITION AV ÅRETS RESULTAT

Styrelsen föreslår att fritt eget kapital, kronor 477 374 970, disponeras enligt följande:

Utdelning	60 000 000
Balanseras i ny räkning	539 782 493
Summa	**599 782 493**

NOT 22 ACKUMULERADE ÖVERAVSKRIVNINGAR

	2023-08-31	2022-08-31
Balanserade utgifter för utveckling o.dyl.	5 684	9 027
Koncessioner, patent, licenser, varumärken	–	390
Maskiner och inventarier	3 655	3 100
Redovisat värde vid årets slut	9 339	12 517

NOT 23 PERIODISERINGSFONDER

	2023-08-31	2022-08-31
Avsatt räkenskapsår 2016/2017	–	23 586
Avsatt räkenskapsår 2017/2018	30 926	30 926
Avsatt räkenskapsår 2018/2019	29 701	29 701
Avsatt räkenskapsår 2019/2020	27 756	27 756
Redovisat värde vid årets slut	88 383	111 969

NOT 24 AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER OCH LIKNANDE FÖRPLIKTELSER

Pensionskostnad

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Kostnaden redovisas i följande rader i resultaträkningen:		
Personalkostnader	-540	-1 302
Finansiella intäkter	–	62
Total kostnad för ersättningar efter avslutad anställning	-540	-1 240

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Kostnaden redovisas i följande rader i resultaträkningen:		
Personalkostnader	-539	-1 209
Finansiella intäkter	–	62
Total kostnad för ersättningar efter avslutad anställning	-539	-1 147

Pensioner och liknande förpliktelser

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Vid årets början	11 426	11 113
Tillkommande skulder	540	751
Reglerade skulder	–	-437
Redovisat värde vid årets slut	11 966	11 426

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Vid årets början	11 226	10 486
Tillkommande skulder	539	751
Reglerade skulder	–	-11
Redovisat värde vid årets slut	11 765	11 226

20240130055520

NOT 25 AVSÄTTNINGAR FÖR SKATTER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Vid årets början	39 730	42 574
Tillkommande skulder	–	721
Reglerade skulder	-7 839	-3 564
Redovisat värde vid årets slut	31 891	39 730

Avsättning för skatter avser till övervägande del skatt avseende obeskattade reserver.

NOT 26 ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Vid årets början	8 466	7 139
Tillkommande skulder	174	1 545
Reglerade skulder	-317	-218
Redovisat värde vid årets slut	8 324	8 466

Övriga avsättningar avser returreserv.

NOT 27 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Löne- och socialkostnadsreserver	211 116	231 341
Skuld tillgodohavande, presentkort m.m.	119 653	114 401
Marknadsföringskostnader	20 217	36 364
Skuld för FOB-leveranser	47 180	4 189
Tillkommande varukostnader	11 620	26 031
Lokalkostnader (el, drift m.m.)	4 005	1 398
Övriga poster	14 107	29 380
Redovisat värde vid årets slut	427 897	443 104

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Löne- och socialkostnadsreserver	25 817	38 057
Övriga poster	3 388	2 718
Redovisat värde vid årets slut	29 205	40 775

NOT 28 STÄLLDA PANTER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSER

Eventualförpliktelser

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Borgensförbindelser till förmån för koncernföretag	372 187	489 695

Moderbolagets eventualförpliktelser avser borgensåtaganden till förmån för dotterföretag gällande hyreskontrakt och bankförbindelser.

NOT 29 BETALDA OCH ERHÅLLNA RÄNTOR

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Erhållen ränta	2 469	838
Erlagd ränta	-21 786	-3 150
Summa	-19 316	-2 312

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Erhållen ränta	34 180	1 327
Erlagd ränta	-17 089	-213
Summa	17 091	1 114

NOT 30 LIKVIDA MEDEL

Koncernen	2023-08-31	2022-08-31
Följande delkomponenter ingår i likvida medel:		
Kassamedel	4 940	5 283
Banktillgodohavanden	40 315	32 984
Summa	45 254	38 268

Stadiums checkräkningskredit den 31 augusti 2023 uppgår till 500 mkr. På balansdagen var 123 mkr av koncernens checkräkningskredit utnyttjad. Resterande del av skulder till kreditinstitut utgörs av skuld för finansiell leasing och ett kortfristigt lån.

Moderföretaget	2023-08-31	2022-08-31
Följande delkomponenter ingår i likvida medel:		
Banktillgodohavanden	208	–
Summa	208	–

20240130055521

NOT 31 ÖVRIGA UPPLYSNINGAR TILL KASSAFLÖDESANALYSEN

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.

Koncernen	2022/2023	2021/2022
Avskrivningar	73 495	64 025
Nedskrivningar/reversering av nedskrivningar	61 434	76 805
Orealiserade kursdifferenser	-877	-1 843
Rearesultat försäljning av anläggningstillgångar	170	4 493
Upplupen ränta	-2 984	760
Avsättningar/fordringar avseende pensioner	540	313
Övriga avsättningar	-142	1 327
Summa	131 636	145 881

Moderföretaget	2022/2023	2021/2022
Avskrivningar	16 289	13 081
Orealiserade kursdifferenser	-	-228
Rearesultat försäljning av anläggningstillgångar	-	52
Upplupen ränta	-9 803	39
Avsättningar/fordringar avseende pensioner	539	740
Övriga ej kassaflödespåverkande poster	-143	170
Summa	6 883	14 024

NOT 32 KONCERNUPPGIFTER

Inköp och försäljning inom koncernen
Av moderföretagets totala varuinköp och försäljning mätt i kronor avser 100% (100%) av inköpen och 100% (100%) av försäljningen andra företag inom hela den företagsgrupp som företaget tillhör.

NOT 33 VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER BALANSDAGEN

Efter verksamhetsåret slut har Stadium Outlet öppnat en ny fysisk butik i Sverige, en i Finland och en i Norge. Utöver detta har Stadium Rental öppnat sin andra butik i Sverige.

Inga väsentliga händelser har inträffat i moderbolaget efter balansdagen

NOT 34 NYCKELTALSDEFINITIONER

Rörelsemarginal:	Rörelseresultat / Nettoomsättning
Balansomslutning:	Totala tillgångar
Soliditet:	Justerat eget kapital i % av balansomslutningen

20240130055522

UNDERSKRIFTER

Norrköping den 6 december 2023

Anders Svensson
Ordförande

Ulf Eklöf

Bo Eklöf

Jesper Fruelund Schmidt

Andrea Gisle Joosen

Linda Palmgren Nyman

Birger Lund

Karl Eklöf
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats 2023-12-06

BDO Mälardalen AB

Niclas Nordström
Auktoriserad revisor

Fotokopians överensstämmelse med originalet intygas:

Freddy Lundqvist
073-337 12 40

Stadium AB 556187-3299

20240130055523

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i Stadium AB
Org.nr. 556187-3299

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Stadium AB för räkenskapsåret 2022-09-01 – 2023-08-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 62–87 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen och koncernredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 augusti 2023 och av dessas finansiella resultat och kassaflöde för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet "Revisorns ansvar". Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen, och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 3–61. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om huruvida årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av årsredovisningen och koncernredovisningen finns på Revisorsinspektionens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/revisornsansvar. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

2024013005524

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Stadium AB för räkenskapsåret 2022-09-01–2023-08-31 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet "Revisorns ansvar". Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företaget någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av förvaltningen finns på Revisorsinspektionens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/revisornsansvar. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

Stockholm den 6 december 2023

BDO Mälardalen AB

Niclas Nordström
Auktoriserad revisor

Fotokopians överensstämmelse med originalet intygas:

Freddy Lundqvist
073-337 12 40

2024013005525

REVISORNS YTTRANDE AVSEENDE DEN LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN

Till bolagsstämman i Stadium AB
Org.nr. 556187-3299

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för räkenskapsåret 2022-09-01–2023-08-31 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

Granskningen omfattar sida 3–61.

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

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 6 december 2023

BDO Mälardalen AB

Niclas Nordström
Auktoriserad revisor

Fotokopians överensstämmelse med originalet intygas:
Freddy Lundqvist
073-337 12 40

stadium®
Group