

BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT

2022



Brugseni



INDHOLD

2	Brev fra direktøren
3	Bestyrelsenholdning til bæredygtighed
4	Om rapporten
5	Om Kalaallit Nunaanni Brugseni
9	Organisering af bæredygtighedsarbejdet
10	FN's Global Compact
11	Væsentlighedsanalyse
13	Interessenter og strategisk kommunikation
15	KNBs arbejde og mål for bæredygtighed i Grønland inden 2030
17	Verdensmål 3 – Sundhed og trivsel
25	Verdensmål 4 – Kvalitetsuddannelse
33	Verdensmål 12 – Ansvarligt forbrug og produktion
41	E – Miljøansvarlighed Miljøpåvirkning og klima Virksomhedens CO2e-regnskab 2022
45	S – Social ansvarlighed Sociale forhold og medarbejderforhold Menneskerettigheder Ligestilling
47	G – Ansvarlig virksomhedsstyring Ligestilling mellem kønnene Anti-korruption International og national samhandel
49	Rapporteringsmetode
50	Evaluering af årets indsats
51	Nøgletal
54	Selskabsoplysninger

BREV FRA DIREKTØREN



Direktør
Susanne Christensen



Så er der gået endnu et år. Som verdenssamfund klarede vi os igennem en global pandemi og er vendt tilbage til noget, der minder om en normal hverdag. Dog er vi desværre nu endt i en situation, hvor de store globale magter rører på sig. Krigen i Ukraine og de konsekvenser den bringer med sig, kan også mærkes i Grønland, selvom vi geografisk er langt fra Europa. I detailhandelen oplever vi prisstigninger fra leverandørerne og generel usikkerhed i værdikæderne på grund af den stigende inflation. Selvom Grønland er en lille spiller på det globale marked, kan vi ikke komme udenom, at vi er en del af en verdensøkonomi i forandring. Derfor er det vigtigt, at vi sikrer vores forretning og ruster os til hvad fremtiden måtte bringe af yderligere forandringer, samtidig med at vi skaber attraktive og konkurrencedygtige vilkår for vores kunder og medarbejdere.

Kalaallit Nunaanni Brugseni (KNB) har i år gennemført store organisationsforandringer, og vores fokus er blevet skarpere end nogensinde. Vi har åbnet en ny butik i Nuuk, vi har moderniseret og forenklet vores foreningsstruktur, vores medlemmer har valgt en ny bestyrelse, og vi er i fuld gang

med at implementere virksomhedens nye strategi frem mod 2025. Det har i den grad været et år, der har stået i forandringens tegn. Og selvom forandringer kan være vanskelige, skaber de også fornyede muligheder. Vi føler, at vi nu står stærkere end hidtil på flere områder, og vi er klar til at tackle, hvad der måtte ligge af udfordringer forude. "Mennesket i centrum" er det centrale i vores nye strategi, og det er samtidig et af de nøgleområder, der kommer til at være ekstra fokus på i tiden fremover. "Mennesket" er vores vigtigste ressource, og vi har et kæmpe ansvar for at sikre de bedste vilkår for alle vores ansatte. Forretningsmæssig udvikling og yderligere digitalisering skal gå hånd i hånd med de gode menneskelige relationer til sikring af KNB i fremtiden.

Vores rejse med bæredygtighed har også i den senere tid taget fart, og vi har mange nye og spændende tiltag i gang. Bæredygtighed er og forbliver en hjørnesten i vores forretning. Vi har et kæmpe ansvar og en reel mulighed for at gøre en forskel i Grønland, og det ønsker vi at leve op til. I denne rapport kan du få indblik i, hvad vi har bedrevet i det forgangne år, og hvad

vi har af planer i den nære fremtid. Vi er især stolte over at kunne meddele, at fra januar 2023 vil al husstandsomdeling af trykt markedsføringsmateriale stoppe, og vi vil markant fremme brugen af digitale løsninger til vores markedsføring. Dette og meget andet bringer os et skridt nærmere mod en mere bæredygtig tilstedeværelse i vores land.

Som det også blev nævnt i sidste års bæredygtighedsrapport, har vi tilsluttet os FN's Global Compact. Som virksomhed ønsker vi fortsat at sikre en god og etisk virksomhedspraksis gennem den fortsatte implementering af FN's 10 Principper, så vi kan gøre en reel forskel i vores dyrebare land.

Som direktør er jeg stolt over, hvor langt vi er nået på så kort tid, og samtidig er jeg spændt på hvad fremtiden vil bringe.

BESTYRELSENS HOLDNING TIL BÆREDYGTIGHED

Bestyrelsen for
Kalaallit Nunaanni Brugseni



Verden forandrer sig meget i disse dage. Vi står over for store globale udfordringer, som alle skal tackles for at skabe et bedre og tryggere sted at leve, og for at de næste generationer kan arve en jord, som bærer præg af, at vi har taget det nødvendige ansvar nu.

Kalaallit Nunaanni Brugseni har i de sidste år gjort et stort stykke arbejde for at sikre, at vi gør vores til at hjælpe Grønland hen imod en mere bæredygtig fremtid. Som den nye medlemsvalgte bestyrelse, bakker vi fuldt ud op omkring dette, og vi ønsker at KNB skal fortsætte med at have fokus på bæredygtighedsrejsen de næste mange år frem. Vores vision for KNB er en virksomhed, der lever op til det ansvar, som kommer med at være 100 % ejet af det grønlandske folk. Det er vigtigt for os som bestyrelse, at vores virksomhed forbliver konkurrencedygtig og agil over for de forandringer, der sker omkring os. Det er vores overbevisning, at fokus på den grønne omstilling, digitalisering og den sociale bæredygtighed i landet, vil sikre os mange år frem i tiden.

Vi mener, at Brugseni står stærkest, hvis vi ikke kun arbejder for, hvad der er godt for vores forretning, men samtidig for hvad der er godt for Grønland. Når vi finder den gode balance mellem disse to områder, skaber vi en forretning, der ikke kun giver resultater inden for den korte tidshorisont, men også en aktiv virksomhed som sikrer vækst og udvikling i fremtiden.

På vegne af hele KNBs bestyrelse vil vi gerne takke alle vores mange medlemmer. Det er igennem vores medlemmers støtte, at vi kan gøre en forskel i Grønland. Vores virksomheds vision lyder: "Sammen tør vi gå nye veje og udvikle vores land". Hvis vi står sammen med vores medlemmer og samarbejder med det øvrige erhvervsliv i Grønland, kan vi sammen gøre en stor forskel.

Vi ser frem til mange gode år i bæredygtighedens tegn.

OM RAPPORTEN

Formålet med denne rapport er at formidle Kalaallit Nunaanni Brugsenis (KNB) aktive arbejde med social samfundsansvarlighed i en grønlandsk kontekst. Dette sker jf. årsregnskabsloven **§ 99a og 99b**, og rapporten vil derfor udkomme én gang årligt. Ud over at være en udførlig gennemgang af virksomhedens arbejde med bæredygtighed for det forgangne år, er den ment som et internt arbejdsværktøj, der løbende skal hjælpe virksomheden til aktivt at rykke sig tættere på de fastlagte mål inden for bæredygtighedsområdet.

Som virksomhed arbejder KNB aktivt for at sætte ambitiøse virksomhedsmål, som skal nås inden 2030. Denne rapport vil fremlægge og redegøre for KNBs fremskridt og resultater på disse områder over tid. Dette sker således, at offentligheden og investorer kan følge virksomhedens aktiviteter og se, at der tages beslutninger, der vil føre virksomheden tættere på de ønskede resultater. FNs 17 verdensmål benyttes som det ledende værktøj, der driver virksomhedens aktive arbejde med bæredygtighed. Som virksomhed binder vi vores initiativer op på verdensmålene for at sikre god og forståelig kommunikation og nemmere implementering af vores bæredygtighedsinitiativer. Dette hjælper os både internt og giver os et fællessprog, der fremmer gode eksterne erhvervspartnerkaber.

Derudover vil rapporten dække de lovpligtige ESG-rapporteringskrav, beskrevet i årsregnskabslovens § 99a og 99b, på følgende områder: menneskerettigheder, sociale forhold, miljø- og klimamæssige forhold, antikorruption og kønsfordelingen i virksomhedens ledelse.

Dette års rapport følger en ny struktur som ligger sig op ad nye kommende lovkrav på området. Den såkaldte ESG-struktur sikrer en mere overskuelig tilgang til rapportering på miljø ansvarlighed, social ansvarlighed og ansvarlig virksomhedspraksis.

E (Environmental): Miljømæssig ansvarlighed

Som en af Grønlands største detailvirksomheder er vi bevidste om vigtigheden af at støtte op om arbejdet omkring klimaforandringerne og den negative indflydelse en erhvervsvirksomhed kan have på miljøet. Vi mener, at vi med vores betydelige størrelse og indflydelse kan gøre en positiv forskel i Grønland. Det er vores mål at sikre, at vores forretning påvirker miljøet negativt så lidt som muligt.

Samtidigt er det vigtigt, at vi som virksomhed monitorerer potentielle miljømæssige risici, som kan have indflydelse på vores evne til at føre en sund og konkurrencestærk forretning.

Derfor vil vi i denne rapport fremhæve information om virksomhedens aktive handlinger og indsatser omkring miljømæssig ansvarlighed samt fremvise konkrete data fra virksomhedens virke i Grønland.

S (Social): Social ansvarlighed

Med over 550 ansatte, et stort netværk af leverandører og mange tusinde kunder i vores butikker har vi et stort ansvar for de mennesker, der udgør hjørnestenene i vores forretning.

Ved at have fokus på trivsel, uddannelse, sundhed og sikkerhed i egne rækker, samt have opmærksomhed på arbejdsforhold hos vores leverandører, tager vi ansvar på tværs af vores værdikæde. Samtidig engagerer vi os gennem lokalt forankrede sociale indsatser for at styrke det samfund, vi og vores butikker er en del af.

I denne rapport vil Brugsenis arbejde med social ansvarlighed blive fremhævet og data på områder såsom antikorruption, leverandørhåndtering, uddannelse, medarbejdertrivsel, sikkerhed, diversitet mm. vil blive fremlagt.

G (Governance): Ansvarlig virksomhedspraksis

Brugsenis bæredygtighedsrejse starter og slutter med mantraen "ansvarlig virksomhedspraksis først, eksterne tiltag efter". Det er vores overbevisning, at først når en virksomhed har styr på arbejdet med ansvarlighed inden for virksomhedens egne fire vægge, kan der gøres en signifikant forskel for det samfund, virksomheden er en del af.

I 2022 har Brugseni gennemgået en lang række ændringer i både strategi og foreningsstruktur. Denne rapport vil give et overblik over virksomhedens konkrete data på arbejdet med ansvarlig virksomhedspraksis. Emner såsom formaliseringen af bæredygtighedsarbejdet, kønsfordelingen i virksomhedens ledelse, løndifferencen mellem kønnene, antidiskrimination, ansvarlig leverandørstyring mm. vil blive fremlagt.

OM KALAALLIT NUNAANNI BRUGSENI

Kalaallit Nunaanni Brugseni (KNB) er en af Grønlands største detailvirksomheder. Vi driver forretning i 8 separate byer langs den grønlandske vestkyst. Vores virksomhed består på nuværende tidspunkt af et administrativt servicekontor, placeret i hovedstaden Nuuk, samt i alt 17 butikker fordelt i byerne Ilulissat, Sisimiut, Maniitsoq, Nuuk, Paamiut, Narsaq, Qaqortoq og Nanortalik. Vores primære forretning består af salg af dagligvarer samt hårde hvidevarer til konkurrencedygtige priser.

KNB er en demokratisk medlemsorganisation med 27.379 medlemmer, der i dag er 100% ejet af det grønlandske folk.

Vi har i 2022 omlagt og moderniseret vores foreningsstruktur, således at den bedre kan sikre vores forretnings fortsatte udvikling i Grønland. Foreningens øverste ledelse består nu af en medlems- og medarbejdervalgt bestyrelse samt to professionelle bestyrelsesmedlemmer. På denne måde sikrer vi både den lokale forankring og et professionelt bestyrelsesnetværk.

Separat fra bestyrelsen har hver by samtidig deres egne lokalråd (BIS - Brugsenip Ilaasortaasa Sinniisai), som i hver by er demokratisk valgt af vores medlemmer i lokalbefolkningen. Dette sker for at bevare stærke lokale bånd og skabe bedre muligheder for at sikre Brugsenis synlighed i lokalmiljøet. Disse lokalråd (BIS) erstatter vores tidligere lokalbestyrelser og har nu mere fokus på at sikre Brugsenis lokale virke i Grønland.

Strategi

Vi bygger vores virksomhed på stolte traditioner, nytænkning og innovation. Som detailvirksomhed har vi været med til at sætte dagsordenen for detailhandelen i Grønland gennem årtier. Vi stræber efter at yde den bedste service samt være på forkant med de nutidige behov i dagens Grønland. Vores vision lyder:

”Sammen tør vi gå nye veje og udvikle vores land”

Dette dækker over et ønske om at sikre vækst og innovation gennem medindflydelse fra både medarbejdere og aktive medlemmer. Med vores stigende fokus på bæredygtighed ønsker vi at påvirke og inddrage lokalsamfundet, således at der bliver taget virksomhedsbeslutninger ud fra en tæt føling med behovet i de forskellige byer samt landet som helhed.

Vi ønsker at sætte ind der, hvor vi som virksomhed kan have størst gennemslagskraft i samfundet, og vi ønsker at bidrage aktivt til en bæredygtig samfundsudvikling.

2022 har været året, hvor vi endnu engang har måttet se indad og lægge virksomhedens nye strategi. Vores nye strategi sætter mennesket i centrum og forsøger at skabe balance mellem fortsat forretningsvækst, vores behov for digitalisering og modernisering, samt vores ansvar som arbejdsgiver i Grønland. Vi mener, at ved at have mennesket som centrum i vores beslutninger, så skabes en sund og bæredygtig forretning, som ikke bare skaber resultater på kort sigt, men også på langt sigt. Dette er til gavn for vores forretning og den samlede udvikling i Grønland. Strategien er blevet enstemmigt vedtaget af virksomhedens bestyrelse og vil gælde frem til 2025. Man kan læse mere om virksomhedens nye forretningsstrategi i KNBs årsrapport.

Bæredygtighedspolitik og strategi

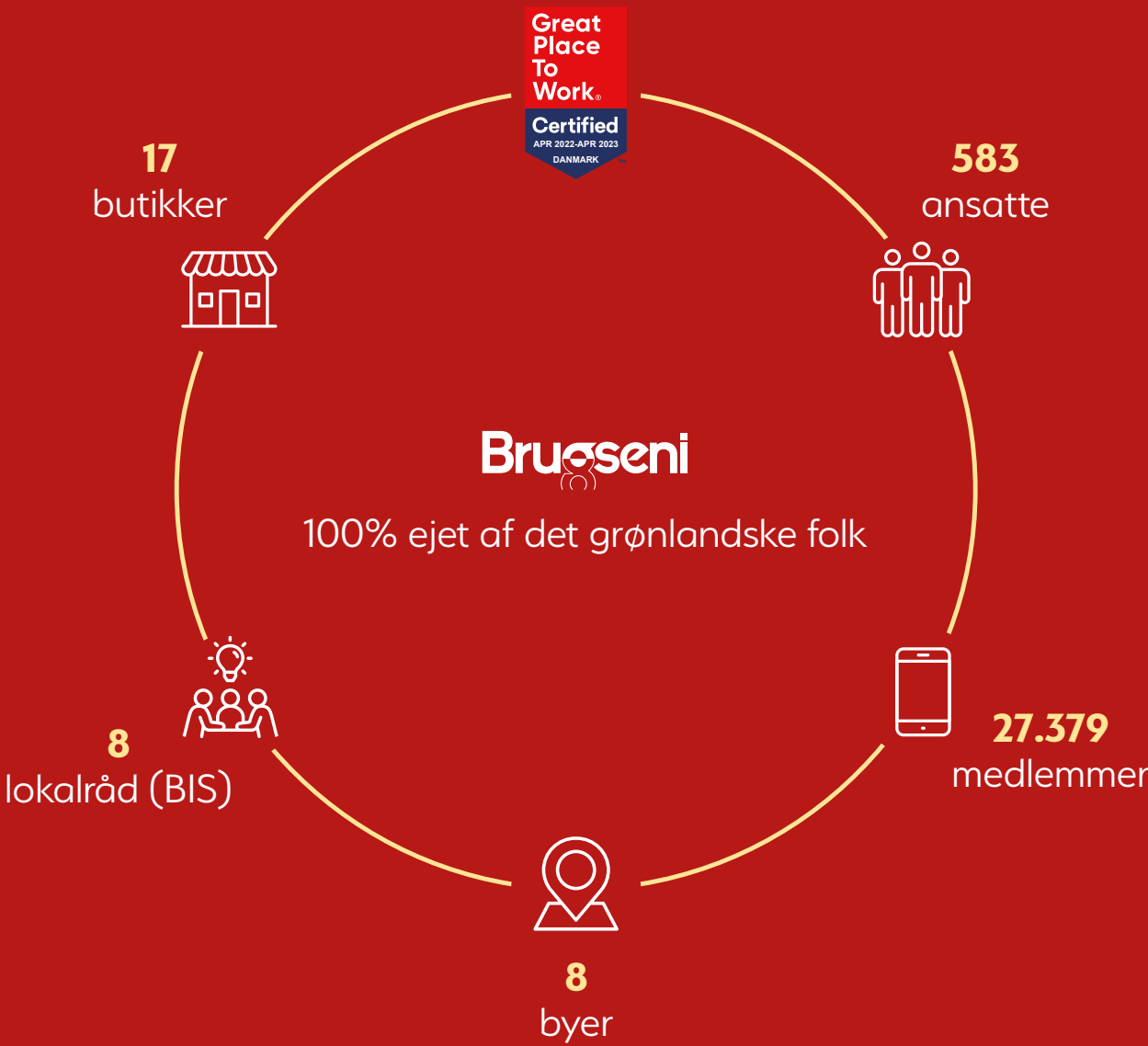
I 2019 blev der indført en strategi, der skal lede virksomhedens bæredygtighedsarbejde frem til og med 2030. Strategien er bygget ud fra grundprincipperne i vores vision: “Sammen tør vi gå nye veje og udvikle vores land”

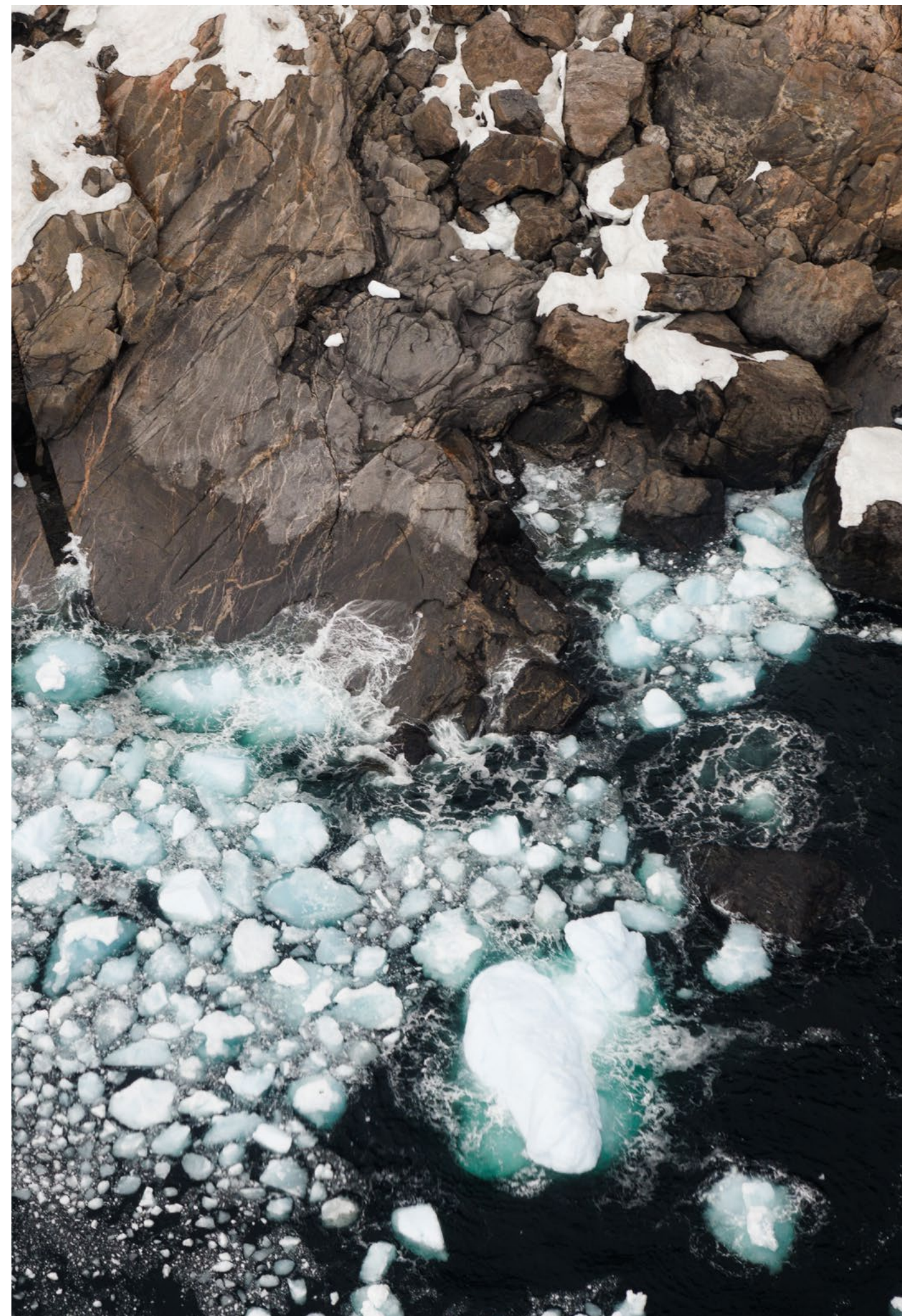
Vi arbejder ud fra, at vi vil gøre en forskel, der hvor det giver bedst mening og skaber fælles værdi for KNB som virksomhed og det grønlandske samfund. Vores politik er gældende for KNBs servicekontor og alle virksomhedens butikker samt filialer. Den viser vores intentioner på følgende områder:

- Miljø og klima
- Samfund
- Sundhed
- Medarbejdere
- Menneskerettigheder
- Forretningsetik og antikorruption

Den fulde politik kan læses her:
www.brugseni.gl/csr

Politikken ejes af KNBs direktør og gennemgås én gang årligt af ledergruppen for at sikre, at den fortsat er relevant og fyldestgørende.





ORGANISERING AF BÆREDYGTIGHEDSARBEJDET

Det strategiske arbejde med virksomhedens bæredygtighedsindsatser er placeret ved en styregruppe under direktionen. Det er denne gruppes opgave løbende at udvikle, monitorere og indsamle data på virksomhedens samfundsansvarlige initiativer. Styregruppen består af repræsentanter fra virksomhedens direktion, administrative afdelinger samt butikker. Sammensætning

gen af gruppen er valgt således, at der er brede organisatoriske og ledelsesmæssige kompetencer til rådighed, så der skabes det fornødne grundlag for udvikling og implementering af nye initiativer.

Styregruppen mødes hver anden måned eller efter behov, såfremt det er muligt, og er med til at sikre, at der er bred organisato-

risk viden og handling omkring vores aktive arbejde med bæredygtighed i Grønland.

Som virksomhed har vi valgt en topstyret tilgang til implementeringen af bæredygtighedsinitiativerne. Dette er gjort for at sikre virksomhedens evne til at skabe kulturændringer igennem vores tillidsbaserede ledelsesstrategi.



Susanne Christensen
Direktør



Benny Reffeldt Otte
**Chef for HR, Marketing
Kommunikation**



Randi Vestergaard Evaldsen
Kampagne- og kategorichef



Kent Helberg
Salgschef Syd



Bolette Dam
**Afdelingsleder Kampagne-
og kategoriafdelingen**



Ulrik Fjord
Produktionschef



John Thorsen
**Afdelingsleder HR-
og kommunikation**



Ellen Schärfe
**HR- og kommunikations-
medarbejder**



Kasper Dyrberg
Kommunikationsmedarbejder

COMMUNICATION
ON PROGRESS



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

FN'S GLOBAL COMPACT DE TI PRINCIPPER FOR ANSVARLIG VIRKSOMHEDSLEDELSE

Hvem?

De Forenede Nationer er gået sammen om at sætte retningslinjer og principper for, hvad det vil sige at føre en ansvarlig og bæredygtig forretning. FNs Global Compact er en forpligtelse til at arbejde aktivt med ti principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og antikorrupition. Over 160 lande, 14.000 virksomheder og 4.000 organisationer har valgt at følge FNs Global Compact. Hos Kalaallit Nunaanni Brugseni er vi stolte over, at vi nu er en del af et så stort og vigtigt globalt fællesskab.

Hvad?

Denne rapport giver indblik i Brugsenis arbejde med de ti principper, og det er vores ønske at fremstå så transparente og troværdige på disse områder som muligt.

Følgende fire symboler vil blive brugt til at indikere, hvornår der i rapporten bliver omtalt punkter, der har relation til de ti principper:

- Menneskerettigheder
- Arbejdstagerrettigheder
- Miljø
- Antikorrupition

Du kan læse mere om de ti principper på:
www.globalcompact.dk

Hvorfor?

Som virksomhed anerkender vi vigtigheden af arbejdet med de emner, der bliver adresseret under de 10 principper. Samtidig kan det være svært at navigere og stå alene med arbejdet omkring bæredygtighed og udviklingen af en mere attraktiv arbejdsplads. Derfor har vi valgt at indgå i et samarbejde som Global Compact, så vi kan lære af andre og gøre vores til, at vi i fællesskab kommer tættere på målet om en mere bæredygtig virksomhedspraksis. Global Compact giver os konkrete redskaber, som anvendes verden over, og som virksomhed har vi unikke muligheder for at tilegne os viden fra en bred vifte af virksomheder, der alle arbejder for at sikre overholdelse af menneskerettighederne, varetagelse af arbejdstagerrettigheder, miljøet og eliminering af korrupition i alle dens former.





VÆSENTLIGHEDSANALYSE

Commitment til FNs 17 Verdensmål

Som virksomhed har vi gennem flere år haft stigende fokus på vores samfundsansvar i Grønland. I 2019 blev det besluttet, at vi ville tilslutte os FNs verdensmål for global bæredygtighed. Denne beslutning blev taget ud fra den overbevisning, at vi som virksomhed har unikke muligheder for at påvirke faktorer i samfundet, der kan hjælpe til, at Grønland når de statslige mål inden 2030.

Læs mere på: www.anguniakkavut.gl

KNB støtter op omkring alle 17 af FNs verdensmål, og vi mener at alle mål er lige essentielle for, at vi som globalt samfund kan fremme en mere bæredygtig tilværelse. Dog ser vi, at vi ikke kan have signifikant indflydelse på alle 17 verdensmål og har derfor foretaget en intern analyse, der har vist, hvilke verdensmål vi kan have størst indflydelse på.

Denne analyse har belyst tre verdensmål som værende de mest logiske områder for os at gøre en ekstra indsats for, samt et fjerde, der skal understøtte arbejdet fremadrettet. Disse 4 verdensmål blev udvalgt på baggrund af:

1. Deres indflydelse på vores primære virksomhedsfunktion
2. Muligheden for at skabe synergi mellem positiv indflydelse for lokalsamfundet og profit
3. Differentiering fra vores konkurrenter

Resultatet af denne proces guider vores strategiske arbejde med udvælgelse af konkrete virksomhedstiltag. Analysen viser, at verdensmål 3, 4 og 12 udgør vores største eksterne indflydelse på samfundet i Grønland. Verdensmål 17 skal samtidig være den skabende og faciliterende kraft i vores arbejde, da vi ser samarbejdsaftaler på tværs af private og offentlige sektorer som nøglen til succes på områder, hvor vi ikke selv har direkte indflydelse.

3 SUNDHED OG TRIVSEL
Vi vil øge fokus på sunde varer i vores butikker og være en aktiv spiller i arbejdet med folkesundhed i Grønland.

4 KVALITETS-UDDANNELSE
Vi vil være et kraftcenter for læring og opkvalificering samt udvikling af ledere.

12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION
Vi vil sikre, at vores forretning påvirker miljøet negativt så lidt som muligt.

17 PARTNERSKABER FOR HANDLING
Vi vil sikre vores positive samfundsindflydelse gennem strategiske partnerskaber.

SÅDAN SKABER VI VÆRDI FOR SAMFUNDET

ANSVARLIG VIRKSOMHEDSPRAKSIS

Sundhed, sikkerhed og arbejdsmiljø.



Etisk handel og menneskerettigheder



Lige forhold for alle uanset køn, etnicitet og sexualitet



Nultolerance for korruption



INTERESSENTER OG STRATEGISK KOMMUNIKATION

I forbindelse med vores arbejde med bæredygtighed og ansvarlig handel i Grønland er vi afhængige af forholdet og samarbejdet med vores interessenter. Det er vigtigt, at der kommunikeres strategisk med hver gruppe, således at der opretholdes et godt og produktivt samarbejde. Det er gennem en god og struktureret kommunikation, vi agter at nå mange af de mål, vi har sat os. Alle parter skal informeres om virksomhedens beslutninger på bæredygtighedsområdet og bør blive inddraget, når dette er nødvendigt. Som et kooperativ har vi stærk lokal forankring gennem vores folkevalgte bestyrelse og lokalråd (BIS).

Vores lokalråd (BIS) står i stort omfang for den lokale interessentdialog mellem butikkerne og erhvervslivet i de enkelte byer. Det er vores håb, at vi gennem stærk dialog og lokalt engagement kan sikre, at de lokale behov bliver taget med i alle overvejelser.

De følgende afsnit vil redegøre for, hvem vi ser som vores primære interessenter, og hvordan vi kører den løbende dialog om vigtige nøgleområder for den enkelte.



Vores primære interessenter	Dialogform	Nøgleområder	Udvalgte initiativer i 2022
Kunder	Sociale medier	Kundetilfredshed	I forbindelse med samarbejdet med Paarisa under titlen "Sammen om det gode liv", er der blevet lavet en forbrugerundersøgelse om indkøbsvaner og den generelle holdning til sunde indkøb.
	Kundeundersøgelser	Produktudvalg	
	Postkasser i butikkerne	Fødevarekvalitet	
	Arrangementer i butikkerne	Sundhed	
	Trykt markedsføring	Ansvarlighed	
	Brugseni app'en	Mangfoldighed	
Medarbejdere	Afdelingsmøder	Medarbejdertilfredshed	Der er i år endnu engang blevet afholdt MTU gennem Great Place to Work og vi har igen opnået GPTW-certificeringen.
	Kurser	Karriereudvikling	Ledelsen samt HR har været rundt til alle byer og fremlagt virksomhedens nye strategi samt trivselsværktøj.
	Trivselsundersøgelse	Arbejdsvilkår	Der bliver arbejdet aktivt på et nyt og forbedret kursuskatalog, der skal dække vores butikkers behov og sikre bedre opkvalificering af vores medarbejdere.
	Individuelle møder	Sikkerhed	Vores talentuddannelse er for andet år i fuld gang. I alt 15 talenter er nu i gang med deres forløb. Ni af vores talenter har i år færdiggjort forløbet.
	HR-besøg	Involvering i arbejdet med samfundsansvar	
Lokalråd (BIS)	Lokale møder	Dække de lokale behov	Vores nye lokalråd har sammen med de enkelte butikker, blandt meget andet, arrangeret motionsløb i alle vores byer.
	Løbende dialog med bestyrelsen om lokale arrangementer	Sikre synlighed i lokalområdet	Alle lokalråd har været involveret i planlægning og udførsel af Saligaaatsoq.
	Opfølgningsmøder fra bestyrelsen	Sponsorstøtte	
Bestyrelsen	Generalforsamling	Udvikling af strategier	Virksomhedens bestyrelse er for første gang efter den nye foreningsstruktur blevet konstitueret efter offentligt valg blandt alle medlemmer af KNB.
	Bestyrelsesmøder	Økonomiske investeringer	Der er blevet afholdt 6 bestyrelsesmøder
	Løbende dialog	Sikring af at lokale behov bliver tilgodeset	Alle lokalråd samt virksomhedens nye bestyrelse var samlet i Ilulissat til en workshop om virksomhedens nye struktur samt virksomhedens bæredygtighedsrejse.
	Månedligt opdateringsbrev fra direktøren		
Udenlandske leverandører (Coop m.fl.) og lokale leverandører (Royal Greenland, Neqi, lokale fangere, m.fl.)	Løbende dialog	Sikring af forsyning og bestilling af varer	Vores afdeling for sortiment og logistik har gennem hele året afholdt individuelle leverandørmøder og har sikret en god og konstruktiv dialog omkring udfordringer og problemer, som vi i fællesskab har interesse i at få løst.
	Årlige leverandørmøder	Vedligeholdelse af varesortiment	Der er igen i år blevet fulgt op på vores Code of Conduct-aftaler, og de seneste underskrifter er blevet samlet ind.
	Direkte lokal kontakt i butikkerne	Sikring af etisk handel	
	Individuelle møder	Underskrivelse af virksomhedens Code of Conduct	
		Sikring af indhold til markedsføringsmateriale	
Fagforeninger, brancheorganisationer og andre organisationer (SIK, Grønlands Erhverv m. fl.)	Individuelle møder	Sikre etisk virksomhedspraksis	Der er blevet afholdt flere møder med fagforeningen SIK, som er blevet inviteret til at kunne rekruttere medlemmer blandt vores medarbejdere.
	Løbende dialog	Medarbejderbeskyttelse	SIK har af flere omgange været tilstede i vores butikker for at kunne tilbyde vores medarbejdere medlemskab.
	Rundbordsdiskussioner		
NGO'er	Individuelle møder	Bæredygtigt indkøb	
	Løbende dialog	Fremmende miljøinitiativer	
	Partnerskaber		
Kommuner	Løbende dialog	Markedsføring	
		Lokale events	
		Affaldshåndtering	
		Åbning af nye butikker	
		Inklusion og jobskabende initiativer	
Nationale politikere	Høringsvar på politiske forslag	Skatter og afgifter	Der er et stort ønske blandt de største detailhandelsvirksomheder i Grønland om at finde konkrete områder, hvor der kan samarbejdes omkring bæredygtige tiltag i Grønland.
	Rundbordsdiskussioner	Miljø	
	Individuelle møder	Plastik	
		Genbrug	
		Fødevaresikkerhed	
		Forsyningssikkerhed	

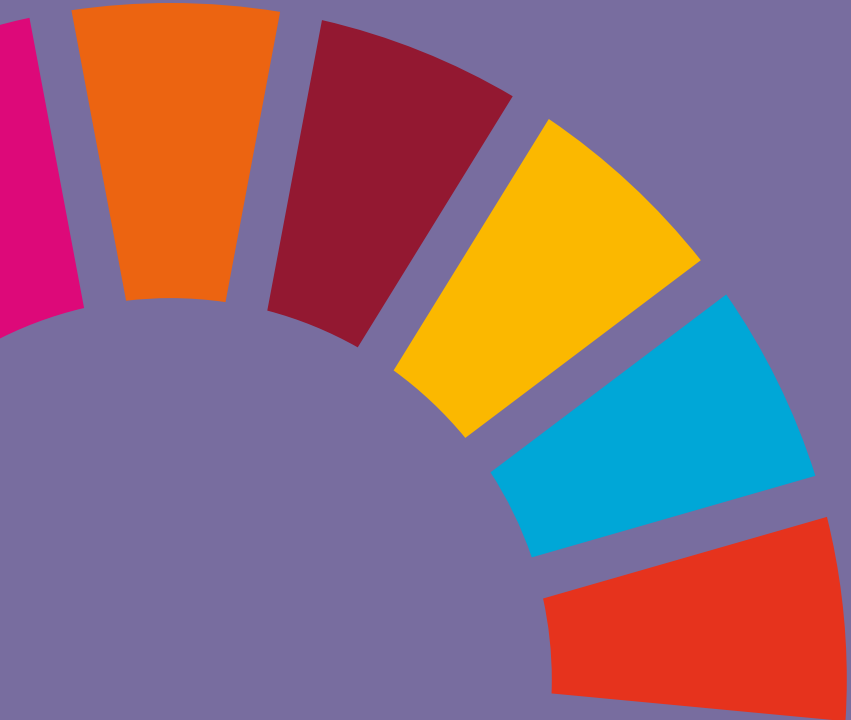
KNBS ARBEJDE OG MÅL FOR BÆREDYGTIGHED I GRØNLAND INDEN 2030

Hvor kan vi gøre en forskel for Grønland? – Hvad vil vi forpligte os til inden 2030? – Hvordan når vi vores mål? – Hvilke tal indikerer, hvor langt vi er på rejsen?

Som virksomhed har vi sat os ambitiøse mål for vores rolle, som partner i det nationale arbejde om at løfte Grønland tættere på en bæredygtig fremtid.

Ud fra vores udvalgte fokusområder, verdensmål 3, 4 og 12, har vi sat milepæle, der skal styre vores strategiske arbejde med virksomhedens eksterne samfundsansvar frem mod 2030. Samtidig har vi valgt indikatorer, der på sigt skal hjælpe os til at analysere vores fremskridt på de givne områder ud fra et solidt datagrundlag.

2022 har budt på udfordringer såvel som muligheder for arbejdet med bæredygtighed. Vi har fortsat arbejdet med at komme tættere på vores mål og delmål for de 17 verdensmål. Vi er efterhånden ved at have været i gang med vores arbejde i nogle år, og vi føler, at vi gør gode fremskridt. Med vores nye virksomhedsstrategi er vi nu klar til at sætte mennesket i centrum, og sprede kendskabet og engagementet for arbejdet med bæredygtighed til vores medarbejdere på en bedre måde. Startfasen har været spændende og vi er nu godt på vej mod et nyt kapitel i vores bæredygtighedsrejse. Følgende afsnit vil præsentere virksomhedens mål og resultater af arbejdet med vores udvalgte fokusområder for bæredygtighed.



3 SUNDHED OG TRIVSEL



VORES MÅL — HVOR LANGT ER VI?

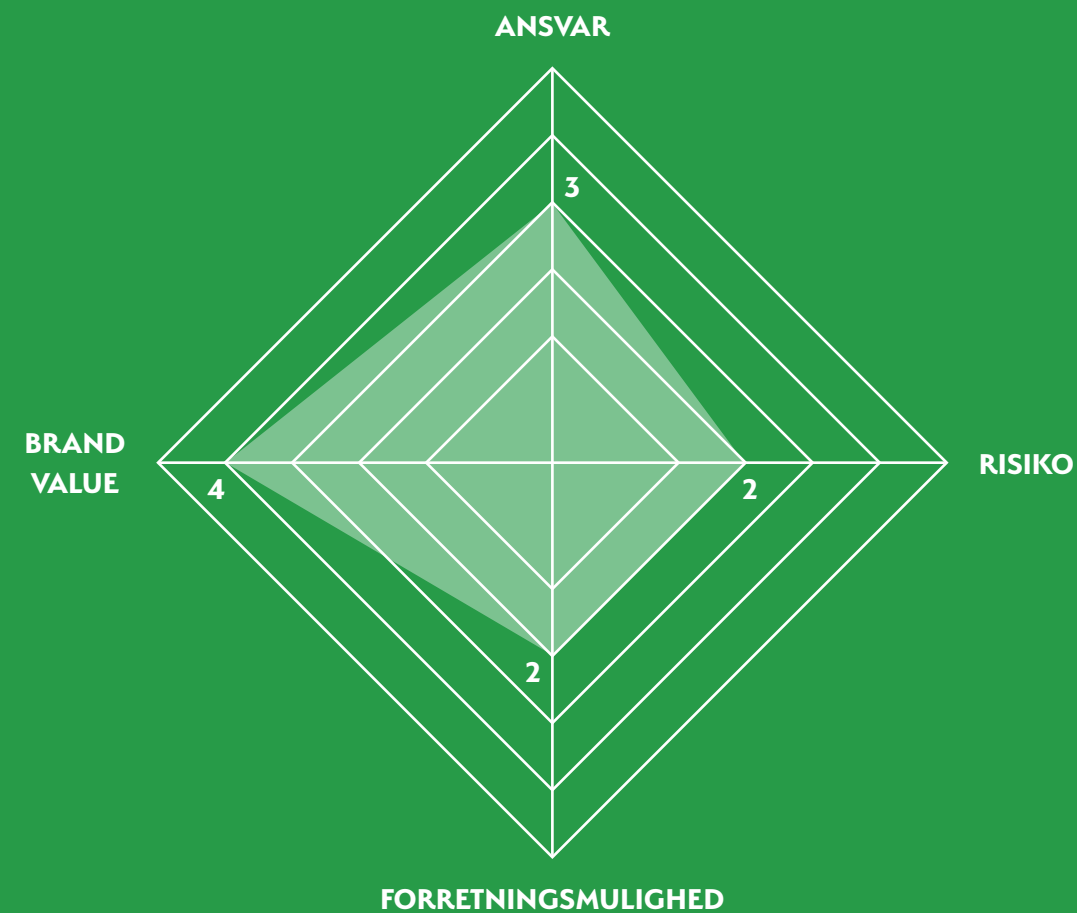
Vi vil arbejde aktivt med KRAMS faktorene hvert år.

Vi vil sikre vores kunder det sunde alternativ i alle vores butikker.

Vi agter at gøre samarbejdet ”sammen om det gode liv” mere synligt i vores butikker.

Vi arbejder på at finde nye samarbejdspartnere, der kan hjælpe os i arbejdet med at fremme folkesundheden i landet.

Vi arbejder på nye målsætninger for vores arbejde med folkesundhed inden 2030.



VORES ARBEJDE — HVORFOR?

”VI VIL ØGE FOKUS PÅ SUNDE VARER I VORES BUTIKKER OG VÆRE EN AKTIV SPILLER I ARBEJDET MED FOLKESUNDHED I GRØNLAND”

Ansvar

Som detailhandelsvirksomhed i Grønland er vi i daglig kontakt med en stor del af den grønlandske befolkning. Vi vil gerne være med til at skabe et sundere og mere velfungerende Grønland, men det er ikke et mål, vi kan nå alene. Derfor ser vi det som essentielt, at vi knytter gode partnerskaber på tværs af erhvervslivet og de offentlige instanser i Grønland, samtidig med at vi hjælper vores kunder til at tage et personligt ansvar.

Risiko

Vi forhandler et bredt udvalg af varer til vores kunder, så vi ser ikke en høj økonomisk risiko ved at udvide med sundere og mere alternative varevalg i takt med at efterspørgslen stiger.

Forretningsmulighed

Vi vil altid sælge og markedsføre de varer, vores kunder efterspørger. I takt med at efterspørgslen for sundere varer stiger, vil forretningsmulighederne stige. Vi kan på moderat vis præge udbuddet, men vi er afhængige af at vores kunder i sidste ende køber varerne.

Brand value

Ved at deltage aktivt i arbejdet for bedre folkesundhed i Grønland ser vi rigtig gode muligheder i at styrke vores brand. Vi vil være kendt for aktivt at gøre en forskel og øge fokus på sundhed og trivsel gennem vores kommunikation og vareudbud.

EN AKTIV FORKÆMPEL FOR FOLKESUNDHED I GRØNLAND

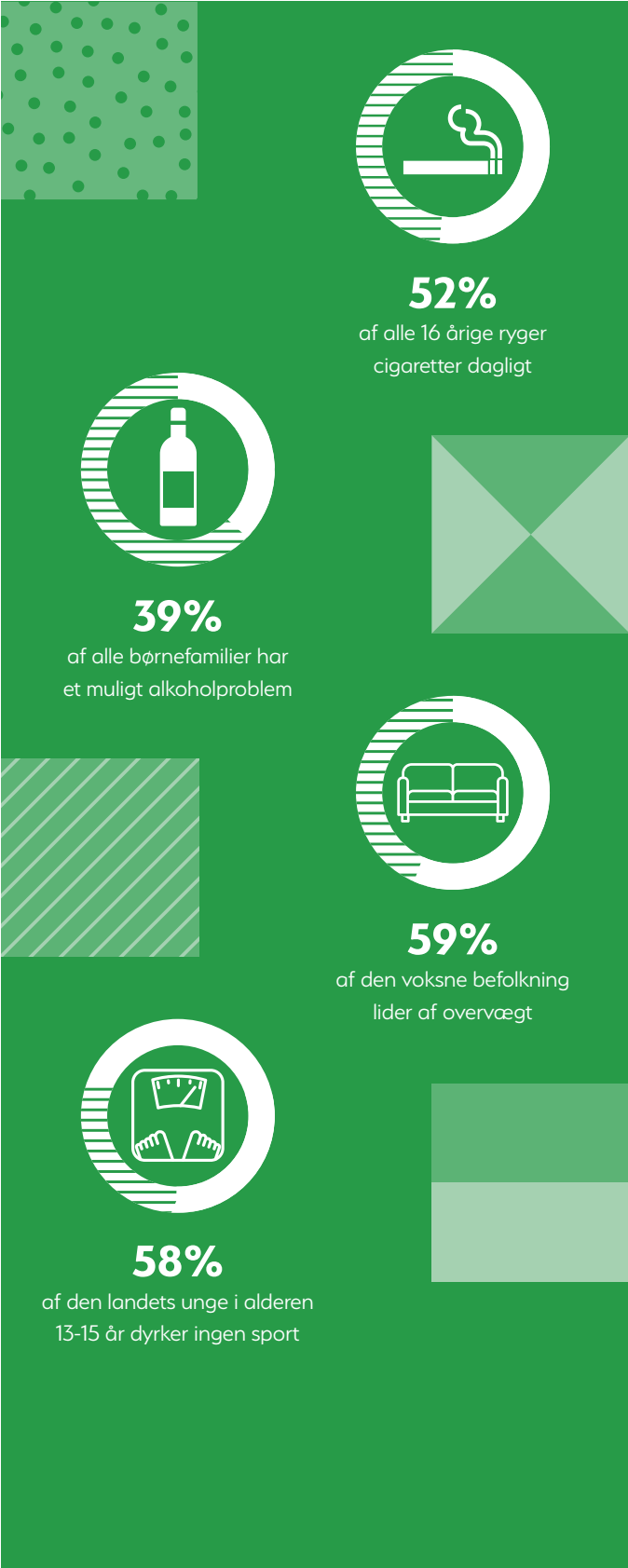
Som detailhandelsvirksomhed i Grønland har vi en kæmpe berøring med den grønlandske befolkning. Med 17 butikker i 8 byer, ca. 600 medarbejdere og mellem 7-10.000 kunder, som kommer igennem vores butikker hver dag, mener vi, at vi har en helt unik mulighed for at styrke og påvirke det grønlandske samfund.

Tager man et blik på folkesundheden i Grønland, bliver man i dag præsenteret for problematiske tal, som vi mener belyser nogle af landets største udfordringer for at nå FN's målsætning for stater og nationer inden 2030. Ifølge den seneste folkesundhedsplan fra Naalakkersuisut (Inuuneritta III), så lider 59 % af den voksne befolkning af overvægt, over 58 % af landets unge i alderen 13-15 år dyrker ingen former for sport, 52 % af alle 16-årige ryger cigaretter dagligt, og 39 % af alle børnefamilier har et muligt alkoholproblem.

Disse yderst problematiske tendenser vil på sigt kunne belaste det grønlandske sundhedsvæsen med flere tilfælde af blandt andet kræft og diabetes samt mange andre livsstilsrelaterede sygdomme. Samtidig vil psykiske problemer hos udsatte børn, unge og voksne også komme samfundet mere til last, hvis ikke der bliver sat ind på folkesundhedsområdet i Grønland.

Det er disse fakta, der ligger til grund for vores beslutning om at være en aktiv spiller i arbejdet med folkesundhed i landet. Vi mener, at vi kan gøre meget for at mindske alvoren af de problemer, Grønland står over for i fremtiden, hvis vi i partnerskab med andre vigtige aktører løfter i fællesskab. Givet emnets natur, så er arbejdet med folkesundhed svært at måle. Vi anerkender at arbejdet med folkesundhed er en udfordring i forhold til at kunne rapportere om fremdrift gennem konkrete KPI'er. Vi forsøger dog gennem partnerskaber og strategiske indsatser at sikre en positiv indflydelse.

De følgende afsnit vil give et indblik i de konkrete initiativer virksomheden har sat i værk i 2022.



SAMARBEJDE PÅ TVÆRS AF DETAILHANDLEN



Sammen om det gode liv

2022 har været et godt år for samarbejdet "sammen om det gode liv". I år har alle haft fokus på at holde parterne i samarbejdet til ilden og sikret, at vi alle er enige om, hvor vi gerne vil hen. Samarbejdet har helt bevidst startet med et snævert fokus for at sikre så gnidningsfri en proces som muligt. Da detailhandlen traditionelt er konkurrenter, har det handlet om at få skabt tillid blandt alle parter og sikre at alle føler, at vi kan stå sammen om et fælles mål, uden at gå på kompromis med de konkurrencemæssige vilkår og regler.

I samarbejdet har vi arbejdet på at skabe et fælles logo og et visuelt udtryk, som kunderne vil kunne genkende og følge, når de handler i vores butikker. Logoet "Sammen om det gode liv" er et vigtigt signal om, at vi i detailhandlen står sammen om at forbedre folkesundheden i Grønland.

I år har Brugseni undersøgt og sikret muligheden for indsamling af data for salget af de produkter og kategorier, samarbejdet drejer sig om. Derefter er der indtænkt nye markedsføringsstrategier for salget af blandt andet frostgrønt og -frugt for at sikre, at vi gør vores til at bidrage positivt til vores fælles mål. Samtidig arbejdes der på at inkorporere samarbejdets visuelle udtryk i vores butikker, så det bliver endnu nemmere for vores kunder at følge logoet fra 2023.

Udover en mere markant markedsføring har vi gennem vores digitale kanaler udbredt kendskabet til partnerskabet ved hjælp af en fælles videokampagne. Kampagnen kørte i alle vores butikker på de digitale reklameskærme, og vi har promoveret videoen på de sociale medier og øvrige digitale online kanaler.

I år har vi dog arbejdet mest på at sikre os, at samarbejdet bliver stærkt og holdbart. Det er vigtigt for os, at vi kan drage nytte af hinandens viden og ressourcer langt ud i fremtiden. Vi arbejder alle sammen mod samme mål, og vi mener at vi står stærkere sammen ud fra de vigtige målsætninger omkring folkesundheden, samtidig med at vi til daglig er konkurrenter.

For os handler det om at højne folkesundheden i Grønland. Vi har forpligtet os til at være en aktiv spiller i arbejdet for folkesundhed i Grønland, og et samarbejde som dette giver os nogle helt konkrete og målbare tal på, om vores indsatser har betydning og en reel effekt.

Hvorfor frost grønt?

Frostprodukter inden for frugt og grønt var den første varekategori alle i samarbejdet kunne blive enige om at have fokus på. Grunden til at alle ser denne varekategori som en oplagt mulighed at arbejde med, ligger i at næringsværdien er høj og tilgængeligheden for borgere, der befinder sig alle steder i Grønland, er stor. Samtidig er det den eneste varekategori, der på nuværende tidspunkt er muligt for alle at rapportere ensartet på.

Vi anerkender, at salget af frost grønt ikke i sig selv kan gøre en forskel for den samlede folkesundhed i landet. Dog mener vi, at det er et godt udgangspunkt for et samarbejde, der gerne skulle udvide sig til flere områder over tid. Dette er kun den spæde start på en koordineret indsats, der gerne på sigt skal løfte folkesundheden i Grønland.

Metode for indrapportering

Alle parter har forpligtet sig til en gang i kvartalet at indrapportere salgstal samt indextal til Paarisa. Indextallene indikerer i procent, hvor meget salget er gået frem i forhold til året før. Indextallene giver altså ingen indikation af reelle salgstal, som kunne blive fordelt mellem parterne. Paarisa er underlagt en fortrolighedserklæring, der skal sikre at ingen fortrolige forretningsoplysninger bliver delt mellem parterne. Det er kun det samlede resultat på tværs af detailhandlen af de indrapporterede indextal, der må blive brugt i den offentlige årsrapport for samarbejdet.

Brugsenis resultater for 2022

Resultaterne bliver fremlagt i indextal som er bundet op på sidste års resultater. Med vores indsatser ser vi gode interne resultater. Vi er stolte af at vi kan bidrage så positivt til samarbejdets samlede nationale resultater.

	Q1	Q2	Q3	Q4
2022	Index 99	Index 110	Index 101	Index 92
Difference i forhold til 2021	En samlet tilbagegang med 1% i forhold til sidste år	En samlet fremgang med 10% i forhold til sidste år	En samlet fremgang med 1% i forhold til sidste år	En samlet tilbagegang med 8% i forhold til sidste år

Samlede resultater for samarbejdet

Samlet har samarbejdet i 2022 resulteret i en national fremgang i salget af frost grønt på 5%. Dette er et godt resultat vi er stolte af. Dog mener vi, at der er et stort udviklingspotentiale som vi håber at udnytte i det nye år.

	Q1	Q2	Q3	Q4
2022	Index 102	Index 110	Index 108	Index 101
Difference i forhold til 2021	En samlet fremgang med 2% i forhold til sidste år	En samlet fremgang med 10% i forhold til sidste år	En samlet fremgang med 8% i forhold til sidste år	En samlet fremgang med 1% i forhold til sidste år



Indsamling og støtte til kræftensbekæmpelse (Neriuffik)

I år valgte vi at støtte kræftensbekæmpelse på en ny og mere medarbejderinvolverende måde end hid til. KNB har i en årrække doneret en check på 50.000 kr. til Neriuffik uden videre arrangement fra virksomheden. Da vi har et mål om at være en aktiv spiller i arbejdet med folkesundhed i Grønland, så mente vi at vi kunne udfordre konceptet på en måde, således at vi kunne arrangere vores medarbejdere og kunder til at tage del i arbejdet. I stedet for den årlige check, så valgte vi i år at indsamle penge blandt vores medarbejdere og samtidigt holde lokale indsamlinger blandt vores kunder i de forskellige byer. Det indsamlede beløb blev derefter ubeskåret fordoblet af KNB, hvilke til sidst gav et beløb på **145.431 kr.**

Dette er det højeste beløb KNB har doneret til dato, hvilket vi er stolte af.



KRAMS-FAKTORERNE

Som en fast del af vores arbejde med folkesundhed i landet besluttede vi i 2019, på baggrund af flere eksperters vurdering, at de såkaldte ”KRAMS-faktorer” – Kostvaner, Rygning, Alkohol, Motion og Stress – skal indgå i vores strategiske arbejde med forbedring af folkesundheden i landet.

Dårlige kostvaner, rygning, alkoholmisbrug, mangel på motion og stigende stress i hverdagen er alle faktorer, der skal arbejdes med, hvis vi ønsker at påvirke den negative tendens i forhold til livsstils-sygdomme i Grønland.

På baggrund af dette har vi igangsat flere initiativer, som vi mener, i større og mindre grad, adresserer disse faktorer. Vi agter i arbejdet med fremtidige initiativer at benytte KRAMS-faktorerne som en vigtig indikator for vores fremdrift.

Efter flere år med udfordringer, på grund af Covid-19, har vi i år endelig haft muligheden for at lave arrangementer og aktiviteter for vores mange kunder og medarbejdere. Vi er så glade for endelig at kunne arbejde aktivt i lokalmiljøet igen. Meget af arbejdet vi har gjort i år er i samarbejde med vores nyligt valgt lokalrådsmedlemmer (BIS’erne) i de enkelte byer. Ved deres hjælp har vi været aktive i alle vores 8 byer med en bred palette af aktiviteter tilgavn for både børn, unge og voksne.

KOST

Brugseni støtter forskningen

Udover partnerskabet ”sammen om det gode liv”, så har 2022 også budt på muligheder for andre partnerskaber, der kan være med til at gøre en forskel for befolkningens kostvaner. Blandt andet kan nævnes, at vi har valgt at støtte STENO diabetiscenterets forskning indefor sukker-intolerance i Grønland. Dette har resulteret i et nyt potentielle samarbejde mellem diabetescentret og vores butikker i Grønland. Vi ser stort potentiale i at benytte os af deres videnskabelige viden til at skabe forbruger arrangementer, hvor vores kunder kan få bredere viden om fødevareintolerance og samtidig, hvilke varer vi tilbyder, som kan hjælpe dem, der har en sådan intolerance. Vi ønsker at hjælpe til, så folk med fordøjelsesbesvær kan have en lettere hverdag.

Madlavning på skoleskemaet: IGASA

Ud af vores tætte samarbejde med Paarisa og departementet for sundhed er der opstået mulighed for et nyt samarbejde mellem Paarisa, Unicef og detailhandlen i Grønland. Dette er et projekt vi ser meget frem til at kunne støtte. Unicef og Paarisa arbejder på at udvide projektet IGASA til at blive en fast del af skoleskemaet i landets folkeskoler.

Projektet IGASA vil give landets klasselærere, helt konkrete ressourcer til at kunne facilitere madlavningskurser i folkeskolen. På disse kurser vil eleverne lære, hvordan man tilbereder mange forskellige sunde retter. Samtidig vil eleverne lære, hvordan man handler ind og hvordan man navigere landets supermarkeder på en fornuftig måde. Eleverne vil få indblik i næringsindholdet i de varer de køber og vil opnå gode kompetencer i et køkken.

Projekter som dette, er i den grad i Brugsenis ånd, og vi er meget stolte af at kunne bistå sådan et projekt, med alle de ressourcer vi har at stille til rådighed.

RYGNING OG ALKOHOLMISBRUG

Som virksomhed tilbyder vi alle vores medarbejdere mulighed for at deltage i rygestopkurser og behandlingsforløb for misbrug. Dette er beskrevet i vores personalehåndbog og bliver på den måde kommunikeret ud til alle vores medarbejdere.

Vi har i vores arbejde med at udbrede kendskabet til dette mødt nogle udfordringer i form af, hvilke tilbud, der reelt kan tilbydes den enkelte medarbejder. Sidste år blev der igangsat en undersøgelse af, hvilke reelle muligheder vi har for at tilbyde kurser og hjælp. Dette har fortsat ind i dette rapporterings år og er stadig undervejs. Vi forventer at have en klar politik og procedure på området i starten af det nye år.

ALKOHOL

Vi har igen i år, i uge 18, kørt kampagnerne vi kalder ”Valget er dit”. Som virksomhed mener vi ikke, at det er vores ansvar at diktere vores kunders indkøb. Men vi er opsat på at tilbyde gode alternativer til blandt andet alkohol, således at vores kunder altid har et alternativ til det sædvanlige sortiment.

Under navnet ”Valget er dit” i uge 18 tilbyder vi vores kunder gode alkoholfrie alternativer til attraktive priser. Vi forpligter os til fortsat at tilbyde og udvide de gode alkoholfrie alternativer i vores butikker. Derudover vil vi fortsat lade uge 18 være en særlig uge, hvor der bliver skabt ekstra debat om alkoholforbrug, så vi gør vores til at påvirke befolkningens alkoholvaner i en positiv retning.

Vi har en intern alkoholpolitik i virksomheden, der gælder alle ansatte i arbejdstiden. Vi tolererer ikke indtagelse af alkohol i arbejdstiden, og det kan være afskedigelsesgrund at møde beruset op på arbejdspladsen. Dog som nævnt i tidligere afsnit tilbyder vi hjælp og vejledning til ansatte med misbrugsproblemer.





MOTION

Brugseniiløbet

Som en fast tradition har vi igennem mange år afholdt, det vi kalder "Brugseniiløbet", hvilket er et arrangement, der foregår i alle byer, hvor Brugseni er repræsenteret. Efter flere år med restriktioner på forsamlinger og lignende, så blev løbet i år holdt som normalt i alle Brugseni byer. Flere byer meldte om rekordhøj deltagelse. Alle byer gjorde en kæmpe indsats, og vi havde samlet over tusinde deltagere. Vi er stolte af at kunne skabe rammerne for motion for både store og små. Arla Foods A/S støttede igen i år løbet med drikkevarer og proteindrikke til alle deltagere. Vi arbejder på at få flere sponsorer til løbet, således at vi kan tilbyde alle deltagere en endnu bedre oplevelse.

Brugseni støtter foreningslivet

Med vores fokus på motion og et sundt og aktivt foreningsliv i Grønland har vi i år valgt at sponsorere flere sportsforeninger. Et af disse projekter var et sponsorat på 30.000 kr., der dækkede U-13 drengeholdet, fra fodboldklubben B-67s tur til DANA Cup i Danmark. Dette gav drengene mulighed for, dels at udvikle deres sport, og samtidig møde andre unge, der deler deres interesse for fodbold. Vi er stolte af at kunne være med til at give de unge i Grønland oplevelser, der lærer dem om vigtigheden ved at bevæge sig og giver dem oplevelser for livet.

Medarbejdertrivsel og god motion

Internt i virksomheden har vi inkorporeret motion og medarbejdertrivselsaktiviteter i vores strategiske arbejde med MTU og APV hvert år. Hver butik eller forretningsenhed får til opgave i fællesskab at finde fem aktiviteter, de skal tilbyde alle medarbejdere fordelt på hele året. Dette er med som et af fokusområderne i at sikre større medarbejdertilfredshed og udbygge de gode relationer. Som eksempler kan nævnes, at servicekontoret stillede med et hold til dette års Tusass-stafet og vores butikker i Nuuk stillede med et hold til firmafodbold turneringen arrangeret af B-67: Oldboys. Der er ligeledes blevet hold skridttællerkonkurrence i flere byer og mange andre lignende aktiviteter.



STRESS OG PSYKISK VELVÆRE

Vi tilbyder som udgangspunkt alle medarbejdere hjælp, såfremt der er et reelt behov. Som noget nyt er der i forbindelse med vores talentudviklingsforløb blevet oprettet et kursus med fokus på balance mellem arbejdslivet i butikken og privatlivet derhjemme, samt hvilken rolle man har som leder for at ens medarbejdere trives. Dette kursus giver deltagerne redskaber, der ruster dem til at kunne skabe sunde arbejdsforhold for deres medarbejdere.

4 KVALITETS- UDDANNELSE



VORES MÅL — HVOR LANGT ER VI?

Vi vil have vores medarbejderomsætning ned på 2 inden 2030



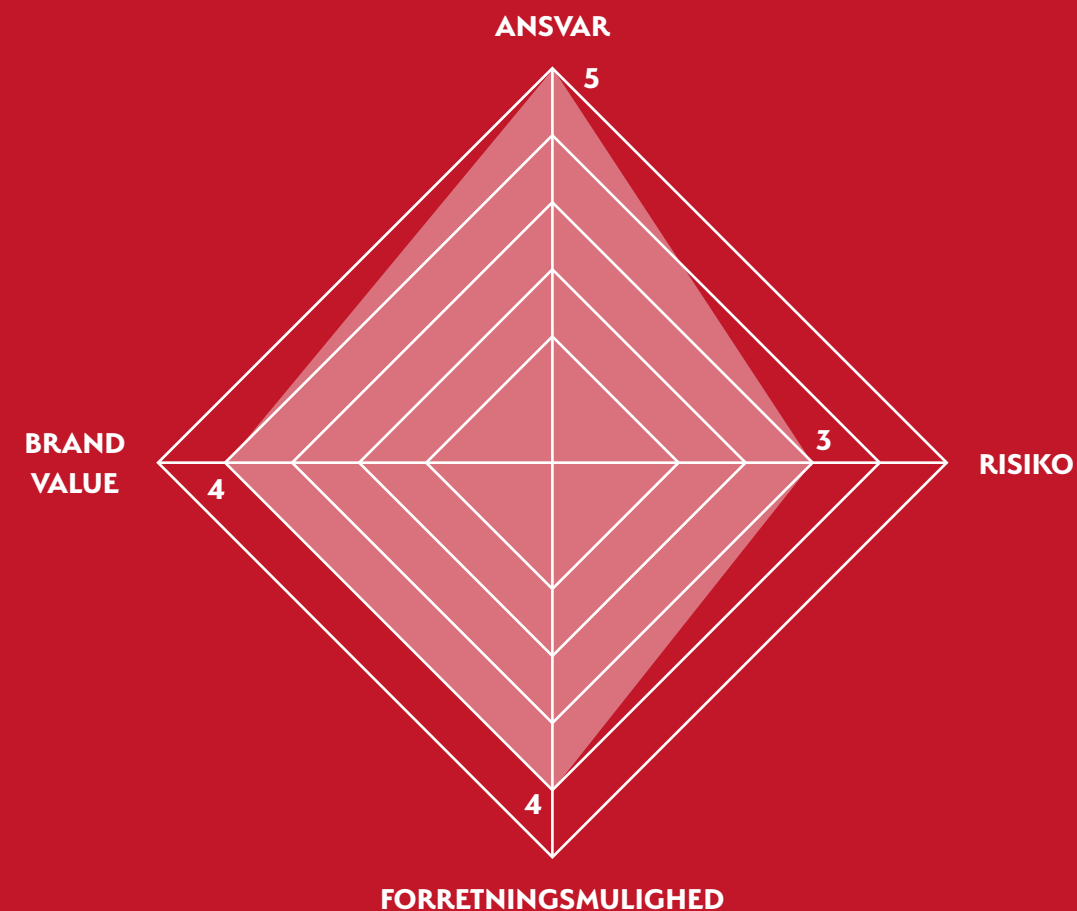
50% af vores talentkursister skal bestride en lederstilling inden 2030



Inden 2030 skal 80% af vores medarbejdere føle kompetenceløft hvert år



Minimum 25% af vores butikspersonale skal være faglært inden 2030



VORES ARBEJDE — HVORFOR?

“VI VIL VÆRE ET KRAFTCENTER FOR LÆRING OG OPKVALIFICERING SAMT UDVIKLING AF LEDERE”

Ansvar

Som en af de største arbejdspladser i Grønland skaber KNB rammerne for mange menneskers hverdag i Grønland. Derfor har vi et stort ansvar for at skabe et arbejdsmiljø og en kultur, der sikrer faglig og personlig udvikling af medarbejdere og ledere.

Risiko

Mange er med til at løfte opgaverne til daglig, flere bliver klar til at tage mere ansvar, men de tung beslutningsopgaver hviler på få. Derfor er der en risiko ved at mangle morgendagens leder, hvis ikke vi kvalificerer og oplærer eksisterende medarbejdere.

Forretningsmulighed

Vi ser arbejdet med opkvalificering som essentielt for vores fortsatte virke i Grønland. Ved ikke at engagere os i denne proces risikerer vi at tabe forretning og markedsandele til vores konkurrenter.

Brand value

Jo bedre vores medarbejdere udvikler sig og tager mere ansvar, jo stærkere og mere attraktivt bliver vores brand. Med et attraktivt brand og topmotiverede medarbejdere ser vi gode forretningsmuligheder i form af øget produktivitet samt mulighed for potentiel udvidelse af vores butiksportefølje.

ET KRAFTCENTER FOR LÆRING OG OPKVALIFICERING SAMT UDVIKLING AF LEDERE

Som arbejdsplads skaber KNB rammerne for rigtig mange menneskers hverdag i Grønland. Derfor mener vi, det er essentielt at stræbe efter at skabe et arbejdsmiljø, der sikrer god, faglig og personlig udvikling af alle medarbejdere. Som detailvirksomhed er vi en del af en branche, der er præget af en meget høj udskiftning af medarbejdere. Denne negative tendens ses desværre også i vores virksomhed. I 2019, da vores øgede opmærksomhed på bæredygtighed havde sin start, besluttede vi at en af vores primære fokusområder skulle være at nedbringe vores medarbejderomsætning. I 2021 fik vi en baseline på vores medarbejderomsætning som på daværende tidspunkt lå på 2,7.

I år har vi arbejdet på at sætte mål på området fremmod 2030. Inden 2025 vil vi stræbe efter at få medarbejderomsætningen ned på 2, og inden 2030 vil vi ned på 1,3. Vi ser disse som ekstremt ambitiøse mål, givet tendenserne i branchen.

Medarbejderomsætning	2022	2021
	2,5	2,7

For at nå i mål med vores ambitioner vil vi forsøge at blive et kraftcenter for udvikling af ledere og opkvalificering af medarbejdere i Grønland. Vi mener at FNs verdensmål 4 om kvalitetsuddannelse på mange måder taler direkte ind i vores mål på dette område. Vores

ansatte er på alle måder en direkte del af det samfund, vi ønsker at løfte. Kan vi skabe synergi mellem vores ambition om fastholdelse og give samfundet flere muligheder for kvalitetsuddannelse, vil både Brugseni og samfundet stå stærkere i det lange løb.

I 2021 havde vi særlig fokus på forbedringer på områder såsom elevhåndtering, strømlining af folkeskolebesøg i vores butikker, virksomhedens sikkerhedsorganisation, udvikling af talenter og udvidelse af virksomhedens kursuskatalog til sikring af opkvalificering af medarbejdere. Dette arbejde har præget resultaterne i 2022 og vi er i år kommet godt igang med initiativerne, der blev påbegyndt i 2021.



Et godt samarbejde med landets folkeskoler

De statslige indikatorer for verdensmål 4 drejer sig hovedsageligt om børn og unge i skolealderen. Vi agter at gøre vores til, at der bliver skabt opmærksomhed på, hvad detailbranchen bringer af muligheder, således at de unge kan tage beslutninger om deres fremtidige uddannelse på et nuanceret og oplyst grundlag. Vi ønsker at skabe begejstring for butiksfaget blandt landets unge samt introducere de mange andre muligheder, en virksomhed som KNB har at byde på.

Vi har i 2022 haft besøg af omkring 48 folkeskoleelever fordelt i vores butikker og har deltaget ved 4 antalt uddannelsesmesser rundt om i Grønland

Vi ser stort potentiale i at komme godt ind på livet af de unge tidligt i deres karriere. Ved at introducere vores virksomheds muligheder og vores rollemodeller tidligt for de unge, håber vi på, at der bliver lagt et fundament af gode indtryk, som kan føre til nye potentielle elever og medarbejdere i vores virksomhed.

Fokus på vores elever

I år har alle virksomhedens elevansvarlige været på opkvalificeringskursus og er nu klædt godt på til at give vores elever en god oplevelse i vores butikker. Det er vigtigt for os, at vores elevansvarlige er godt rustede til at varetage elevforløbene i vores butikker. Erfaringen har vist at fagligt stærke elevansvarlige stiller eleverne bedre og mindsker frafaldsprocenten.

Der er i år blevet arbejdet på en ny elevhåndteringspolitik, som skal konkretisere og specificere, hvordan elevhåndteringen skal foregå fremadrettet. Det er vores håb, at den nye politik skal styrke elevområdet således, at vi nedbringer frafaldsprocenten og gør vores butikker så attraktive som muligt. Vi forventer denne politik er på plads i starten af det nye år.

	2022	2021	2020	2019
Antal nye elever	15	14	13	8
Antal færdige elever	4	10	3	1

Vi har i år haft muligheden for at deltage i den nationale uddannelseskaravanen i 4 byer. Dette har været gjort muligt igennem vores elevansvarlige og vores elever i butikkerne. I Nuuk, Ilulissat, Sisimiut og Qaqortoq har vores elevansvarlige sammen med vores nuværende elever været ude og møde de unge og har givet dem et inspirerende indblik i, hvad vi kan tilbyde som virksomhed.

Vi er glade for at vi nu har aktive elevansvarlige i alle byer, som kan bistå HRs initiativer indenfor blandt andet elevrekruttering. Vi ser frem til at benytte os af uddannelseskaravanen igen næste år, skulle dette blive en mulighed.

Intern ledelses- og talentuddannelse

I 2022 har vi set det første hold blive færdige med vores interne talentudviklingsprogram. Ni af vores dygtige talenter har nu været igennem alle seks moduler og har fået deres afsluttende bevis. Hold nummer 2 forventes at være færdige i slutningen af januar 2023. Vi er stolte over den indsats talenterne har ydet og vi ser frem til at benytte deres nye kompetencer i det nye år.

Med de første to hold færdige, så er det nu tid til at evaluere på processen, så vi kan sikre vores de næste deltagere end endnu bedre oplevelse.

	2022	2021
Nyt antal aspiranter – Kvinder	8	8
Nyt antal aspiranter – Mænd	7	2
Antal færdige aspiranter – Kvinder	8	0
Antal færdige aspiranter – Mænd	1	0

I 2020 nedsatte vi et mål om, at 50% af den interne talentpipeline skulle bestride en intern lederstilling efter endt aspirantforløb inden 2030. Da scopet for uddannelsen og konstruktionen af forløbet har ændret sig, så vil vi tage dette mål op til genovervejelse. Vores ambition er stadig at tage hånd om vores talenter og løfte deres faglige kvalifikationer, men da flere af vores deltagere på forløbet i forvejen bestrider lederstillinger af forskellige former, så mener vi ikke at formuleringen af målet er sigende for fremskridt på området.



Talentforløbet giver deltagerne indgående kendskab til emner som situationsbestemt ledelse, DISC-analyse, regnskabsforståelse, kommunikation- og præsentationsteknik, ledelse i KNB samt "work/life balance". Det er vores håb, at talenterne med disse færdigheder kan skærpe deres kompetencer og hvis ikke de allerede har ledelsesansvar i virksomheden, så senere kan træde ind som ledere i vores virksomhed.

Kurser og kompetenceudvikling

I 2022 har vi evalueret på vores tilgang til personale udvikling og er kommet frem til at vi bør stille et bredere kursuskatalog til rådighed for vores medarbejdere. Arbejdet med at udvide vores generelle kursustilbud fortsætter ind i det 2023, og vi agter at have yderlig information om dette i næste års rapport.

I år har vi kunne tilbyde vores medarbejdere 10 forskellige kurser. Dette er inklusiv vores talentudviklingsforløb på 6 moduler.

Der har været følgende kurser i 2022:

- ArbejdsMiljøUddannelsen (AMU)
- Elevansvarlig kursus
- Kurser i Coop One
- Talentudvikling:
 - Mig som leder (DISC)
 - Situationsbestemt ledelse
 - Kommunikation og præsentationsteknik
 - Rollen som leder
 - Koncept og regnskab
 - Work-life Balance
- Kursus i bæredygtighed ved CSR Greenland
- Suugaq 2.0

GREAT PLACE TO WORK

Kompetenceløft – Hvert år

Det er vores klare holdning, at kompetenceudvikling af vores medarbejdere er med til at sikre fremdrift og innovation i vores virksomhed. Det er vores overbevisning, at en medarbejders følelse af kompetenceløft er med til at sikre højere anciennitet og større arbejdsglæde. Som virksomhed ønsker vi inden 2030 at have minimum 80% af vores samlede medarbejdere, der føler de har oplevet et kompetenceløft hvert år. Dette tal skal baseres på vores årlige medarbejdertrivselsundersøgelse. Samtidig stræber vi efter at opnå certificering som Great Place to Work hvert år. Som virksomhed benytter vi Great Place to Work i forbindelse med gennemførelsen af vores medarbejdertrivselsundersøgelse (MTU). Baseret på virksomhedens MTU-resultat er det muligt at opnå en certificering, der kan benyttes til synliggørelse af medarbejdernes tilfredshed i markedsføring og rekruttering, så længe visse krav bliver mødt.

Læs mere om Great Place to Work på:
www.brugseni.gl/great-place-to-work

Vores tidligere certificering løb fra oktober 2020 til og med oktober 2021. Da vi i 2021 måtte flytte afholdelsen af MTU undersøgelsen til februar for at imødekomme vores butikkers behov, blev der ikke afholdt en ny undersøgelse i 2021. Derfor opnåede vi ikke en ny certificering sidste år.

Som en del af MTU bliver vi, med en lang række spørgsmål, målt på fem faktorer, som samlet giver vores virksomhed et "trust index". Virksomhedens "trust index" giver indblik i den samlede medarbejdertilfredshed. De fem faktorer er:

- Troværdighed
- Respekt
- Retfærdighed
- Stolthed
- Fællesskab

For at opnå certificering som "Great Place to Work" skal man opnå en score på minimum 70% i det samlede trust index for virksomheden.

Vi har i år igen opnået certificeringen "Great Place to Work" med et trust-index på **81%**

	2022	2021	2020	2019
Samlet trust index for virksomheden	81%	n/a	79%	78%

UNLEASH



UNLEASH: REGIONAL INNOVATION LAB GREENLAND 2022

Hos Brugseni ønsker vi at bistå positivt til arbejdet med FNs 17 verdensmål. Hvis vi i fællesskab løfter vores individuelle ansvar, så kan vi sikre de næste generationer de bedste forudsætninger for en bedre og mere bæredygtig tilværelse. Da Brugseni i begyndelsen af 2021 blev kontaktet af UNLEASH om muligheden for at samarbejde om et unikt projekt, der skulle samle unge innovative mennesker fra hele norden for at arbejde med løsninger til verdensmålene var vi meget interesseret.

UNLEASH er en non-profit organisation, hvis mission er at accelerere positiv udvikling for FNs verdensmål (SDG'erne), ved at mobilisere unge talentfulde mennesker, til i fællesskab at skabe sociale og miljømæssige løsninger. Deres arrangementer er normalt af en stor global skala, hvor unge fra hele verden kommer til bordet for at skabe brede globale løsninger. Som et forsøg ville UNLEASH i år forsøge med et mindre format, med højere fokus på lokale og region specifikke løsninger.

Deres innovations lab i Nuuk var deres første regionale event, og i den forbindelse blev Brugseni spurgt om vi havde interesse i at sponsorere sådan et arrangement. Da formålet på alle måde spillede ind i vores ambitioner for bæredygtighed, så var vi selvfølgelig klar til at bidrage.

Brugseni satte 500.000 kr. tilside til projektet og donerede alt mad til de mere end 200 lokale og internationale deltagere.

To af Brugsenis egne ansatte kom med som deltagere til arrangementet. Vi er meget stolte over, at to af vores egne ansatte tog initiativ til at søge om deltagelse til UNLEASH og også kom igennem den skrappe udvælgelses process. Begge ansatte Uiloq Svenson og Kasper Dyrberg fik mulighed for at deltage med fuld kompensation fra Brugseni. De har begge fået stærke værktøjer i projektledelse og innovation med tilbage til virksomheden som nu kommer deres respektive afdelinger tilgode.

UNLEASH: Regional Innovation Lab Greenland 2022 resulterede i 36 unikke innovative løsningsforslag, der kan takle udfordringer under verdensmål 3 (sundhed og trivsel), verdensmål 4 (kvalitetsuddannelse) samt verdensmål 13, 14 og 15 (biodiversitet og klima aktion).

Vi ser frem til at se om nogle af løsningsforslagene vil blive til reelle projekter i fremtiden.

Læs mere om UNLEASH her:
<https://unleash.org/greenland>

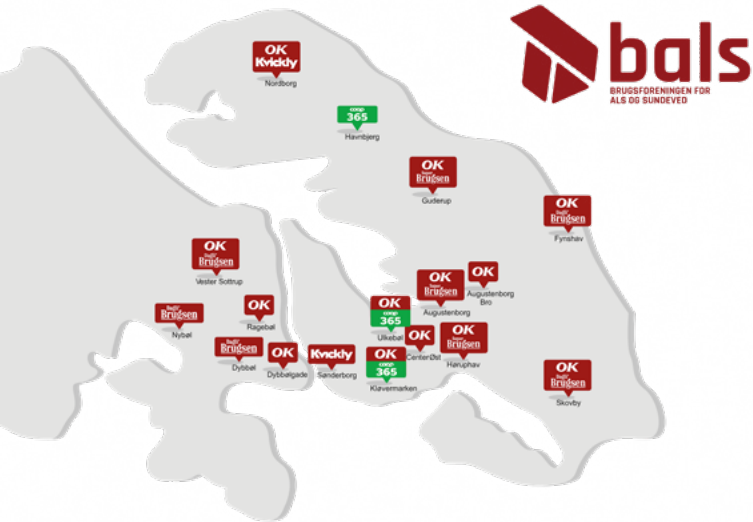


**Brugsforeningen Als og Sundeved:
samarbejde og udveksling**

Tilbage i 2021 begynde KNB de indledende samtaler, der skulle resultere i et konstruktivt udvekslingsamarbejde mellem Brugsforeningen Als og Sundeved (BALS) i Danmark og Kalaallit Nunaanni Brugseni i Grønland. Målet var at skabe medarbejderudviklingsmuligheder for begge parter igennem kortere og længerevarende udvekslingsforløb mellem foreningerne.

Vi ser stort potentiale i at kunne tilbyde vores medarbejdere faglig kompetenceudvikling i Danmark og samtidig få ny viden ind i vores afdelinger gennem besøgende fra Danmark. I år er samarbejdet startet op i det små og vi har allerede haft enkelte udvekslingsforløb i gang. Brugseni Sisimiut havde glæde af 3 måneder med en dygtig slagter mester fra Sønderborg og vi har haft sendt en af vores slagtersvende fra Nuuk til kortvarigt ophold i Sønderborg.

Vi ser frem til at kunne få det sidste omkring samarbejdsaftalen på plads i det nye år, så vi kan give endnu flere af vores medarbejdere chancen for at prøve kræfter med deres fag i andre omgivelser i Danmark. Samtidig sætter vi stor pris på at kunne inspirere vores afdelinger med nye input fra dygtige folk fra Danmark. Vi regner med at samarbejdet for alvor træder i kraft i løbet af 2023.



**Suugaq 2.0:
Udvikling af ledere i KNB**

Vores virksomhed arbejder med en tillidsbaseret tilgang til ledelse. Nøglegreber som ærlighed, pålidelighed, tolerance og åbenhed er essentielle for, at vi kan skabe den bedste arbejdsplads for vores medarbejdere. Vi mener, at tillid skaber fundamentet for bedre konflikthåndtering, hvilket skaber commitment hos den enkelte medarbejder og fører til bedre overførsel af ansvar fra leder til medarbejder. Erfaring viser, at dette også i sidste ende skaber bedre resultater.

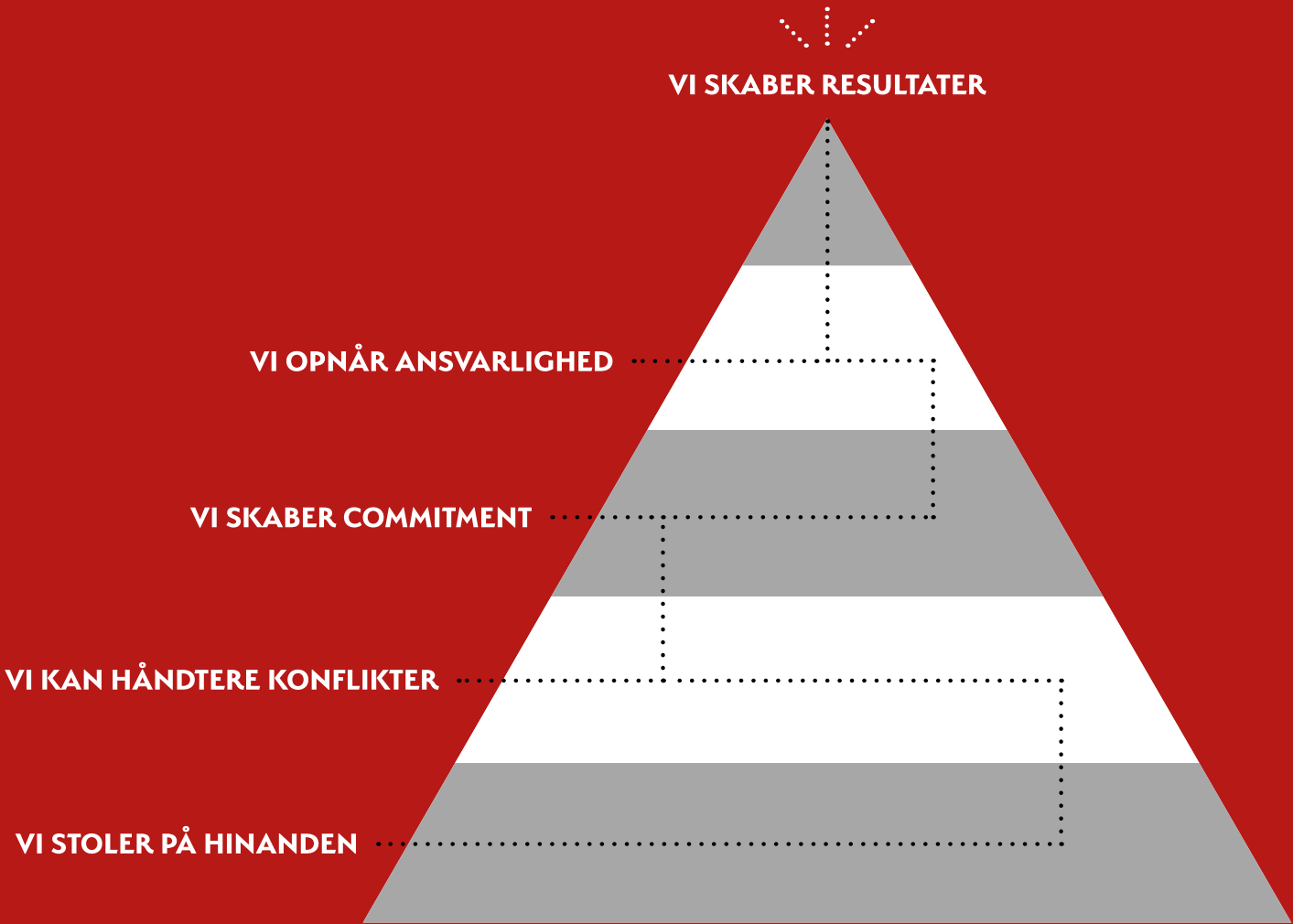
I 2020 begyndte KNB med et nyt ledelsesudviklingsforløb der blev døbt "Suugaq". Dette forløb samlede alle ledere i hele virksomheden til 5 moduler designet til at højne deres ledelses egenskaber og give dem personlig indsigt i deres eget lederskab gennem individuelle coaching sessioner med uddannede ledelses coaches. Målet var at sikre at hele vores organisation arbejder ud fra de samme ledelses principper og at alle vores ledere har de redskaber, der skal til for at kunne lede et team med fællesskab, mod, stolthed og ansvarlighed i fokus.

Suugaq har været en stor succes, som vi agter at gentage i det kommende år. Vi har dog efter god evaluering af det første forløb tilrettet det således, at vi kan facilitere største delen af forløbet på Grønlandsk for vores grønlandsktalende medarbejdere, og vi har uddannet vores egne ledelses coaches som tager de individuelle samtaler med vores ledere løbende. Vi kalder denne nye omgang med Suugaq for "Suugaq 2.0". Vi ser frem til at se resultaterne af dette.

Der er i øjeblikket 21 ledere tilmeldt til Suugaq 2.0



FÆLLESSKAB MOD STOLTHED ANSVARLIGHED



Ledelsesgrundlaget er fundamentet for al ledelse og lederudvikling i Kalaallit Nunaanni Brugseni.

Tillid og begreberne ærlighed, pålidelighed, tolerance og åbenhed er de bærende elementer for al ledelse. Tillid mellem mennesker er en forudsætning for trivsel og de resultater, vi skaber sammen.

Vi arbejder med tillid, fordi vi vil styrke kulturen og sikre fællesskab, mod, stolthed og ansvarlighed.

12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION



VORES MÅL — HVOR LANGT ER VI?

Alle lønsedler skal digitaliseres inden 2025



Al fakturabehandling skal digitaliseres inden 2025



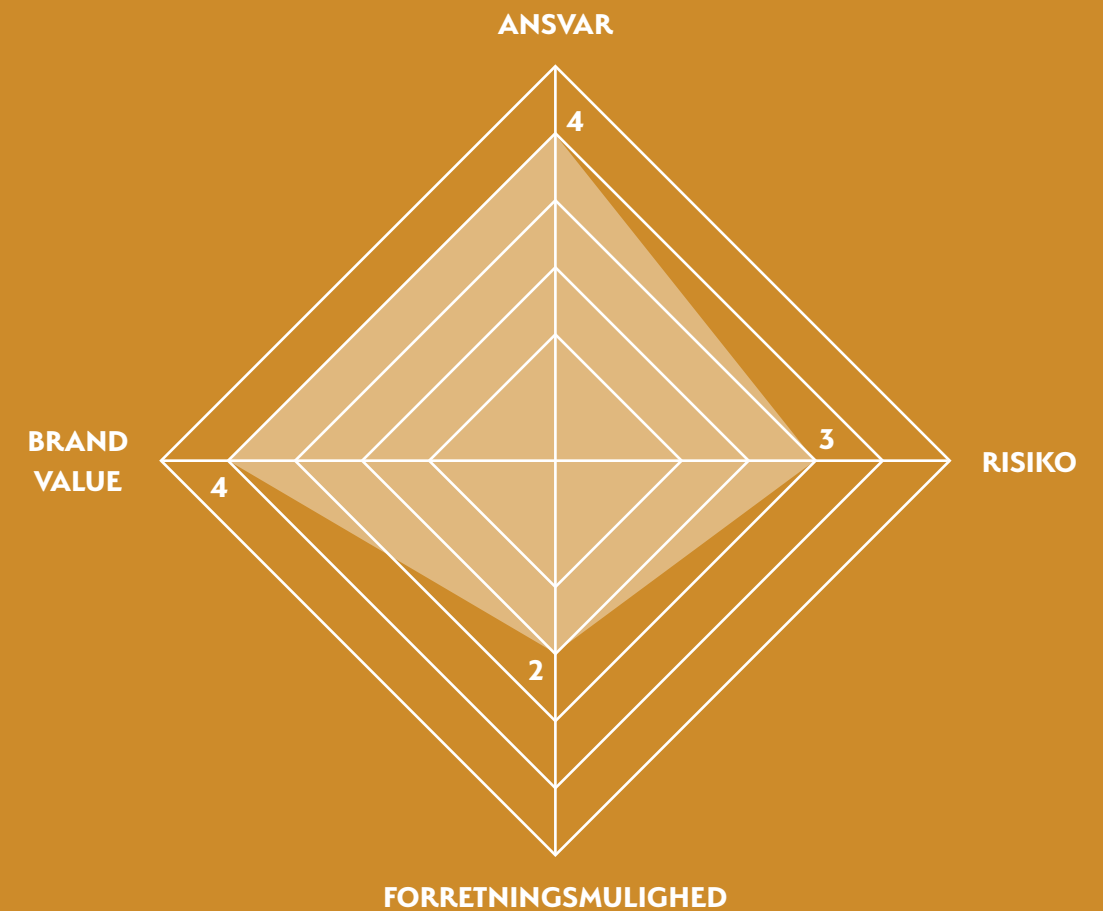
Vi vil nedsætte virksomhedens interne
papirforbrug med 90% inden 2030



VORES MÅL — HVOR LANGT ER VI?

Vi vil støtte og præge den nationale affaldsplan, så vi får bedre
genanvendelsesløsninger.

Vi vil finde flere digitale løsninger, der kan mindske den trykte markedsføring.



VORES ARBEJDE — HVORFOR?

“Vi vil sikre, at vores forretning påvirker miljøet negativt så lidt som muligt”

Ansvar

Som en af de største virksomheder i Grønland, er det vigtigt for os at tage ansvar for vores forbrug og produktion. Vi er naturligvis afhængige af de løsninger, der er tilgængelige i samfundet, men vi kan selv være med til at forbedre og optimere de områder, hvor vi kan gøre en forskel for at mindske vores negative aftryk i den grønlandske natur.

Risiko

Ansvarligt forbrug og produktion omlægger ofte tidligere arbejdsgange og praksisser, hvilket er forbundet med en risiko. Men disse ændringer kan samtidig skabe flere muligheder, større fleksibilitet og ekstra effektivitet.

Forretningsmulighed

Det er naturligvis vores mål at fremtidssikre vores virksomhed og forholde os til nationale samt internationale tendenser. Vi vil udnytte de forretningsmuligheder der opstår, men vi har samtidig behov for at agere ud fra de gældende betingelser.

Brand value

Ved aktivt at arbejde med vores virksomheds miljøaftryk har vi mulighed for at sikre og styrke vores brand. Ved at foretage de nødvendige forandringer har vi mulighed for at reagere agilt i et marked, hvor forbrugeren sætter større og større krav.

ANSVARLIG FORBRUG OG PRODUKTION

Som en af de største virksomheder i Grønland mener vi, at det er vigtigt at tage ansvar for den smukke natur og det nære lokalmiljø. Vores mål gennem strategisk arbejde med verdensmål 12 er at finde områder, hvor vi kan forbedre og optimere vores virksomheds virke til gavn for både Grønland og vores egen forretning. I vores arbejde forpligter vi os til aktivt at mindske virksomhedens negative aftryk i den grønlandske natur. Dette gør vi, da det giver mening både udadtil og indadtil.

Over tid har vi set Grønland flytte sig tættere på internationale miljøstandarder, dog ser vi stadig store muligheder for forbedringer. Derfor agter vi at benytte, støtte op om og præge Naalakkersuisuts Affaldshandlingsplan 2020-2031, således at Grønland kommer tættere på tidssvarende løsninger for affaldshåndtering og genanvendelse.

Vores indsatser på ansvarligt forbrug og produktion sker igennem interne tiltag i vores butikker samt strategiske partnerskaber.

Vores butikker –
et renere Grønland

12

ANSVARLIGT
FORBRUG
OG PRODUKTION

17

EFFEKTIV
ANVENDELSE
AF RENSEREN

14

RENS
VAND

15

RENS
LUFT

Vores butikker producerer store mængder affald hver dag, som risikerer at havne i den grønlandske natur. Store mængder pap og plastik bliver brugt som en naturlig del af vores varehåndtering og produktion af fødevarer, således at vi kan sikre en forsvarlig tilgang til de fødevarer, vi sælger til vores kunder. Dette gør samtidig, at vi står med et stort ansvar for, at vores butikker håndterer affald på en ordentlig måde, således at vi mindsker risikoen for forurening. Dog bevirker dele af den nuværende nationale affaldshåndtering, at vi mange gange ikke kan undgå at se vores affald ende i naturen. Dette skyldes, at det nuværende affaldshåndteringssystem i Grønland lader meget affald lande på byernes affaldsdeponier, da det ikke er alle steder, der er adgang til forbrændingsanlæg.

Vi ser dette som særdeles utilfredsstillende og har siden slutningen af 2019 indgået aftale med Coop Danmark om at sende internt butiksaflald, såsom træpaller, klar plastik og pap, til genanvendelse i Danmark. På den måde sikrer vi, at store dele af vores butiksaflald ikke havner i naturen. Dette sker ved, at der i alle butikker er installeret pappressere og affaldsstativer, således at vi kan pakke affaldet forsvarligt sammen i de containere, som i forvejen bliver sejlet retur til Danmark. Når containerne kommer til Danmark, overtager Coop Danmark og deres samarbejdspartnere ansvaret for den videre håndtering af affaldet, så materialerne kan indgå i forskellige bæredygtige genanvendelsesløsninger. Igennem 2022 har vi forsat nydt godt af dette samarbejde.

I 2021 fik vi etableret procedure for aflevering af mængden af pap der blev sendt til genanvendelse i Danmark. Det var ligeledes vores intention at benytte 2022 til at sikre de samme tal for vores nedsendte plastik. Dette har dog ikke kunne lade sig gøre og denne rapport vil derfor kun præcentere tal på mængden af pap sendt til Danmark. Grundet udfordringer i interne procedure er det ikke lykkedes vores fagfolk at sikre den nødvendige datavaliditet for tilbagesendt plastik. Vi agter at udbedre dette snarest muligt.

	2022	2021
Nedsendt pap til genanvendelse i Danmark via Coop (målt i ton)	357	389

Ny national lovgivning om brug af engangsplast

2022 introducerede en ny national lovgivning om brug og salg af produkter af engangsplastik. Som virksomhed med fokus på bæredygtighed og miljørigtige tiltag, så ser vi herkomment til denne form for lovændringer i Grønland.

Da lignede lovgivning i forvejen var gældende for mange af vores leverandører i værdikæden som befinder sig uden for Grønland, så var det nemt for os at sikre de mere miljørigtige alternativer til vores kunder. Vi har set at lovgivningen har bragt god fokus på engangsplastik problematikken for både vores kunder og vores medarbejdere. Vi mener det er vigtigt, at vi alle er med til at sikre den grønlandske natur imod unødigt forurening. Alle vores butikker i landet er nu bragt op til den nye nationale standard.

Papirforbrug

Som virksomhed har vi længe været opmærksomme på, at vores brug af papir har en stor negativ påvirkning på miljøet. Vores markedsføring og interne butiksdrift bruger store mængder papir hvert år. Vi ser dette som en af de mest signifikante områder, hvor vi kan gøre en reel forskel for miljøet.

Vi har i de sidste år arbejdet på at sikre data, der kan danne grundlag for vores beslutninger om, hvor vores indsatser skal ske, så vi samtidigt kan sætte konkrete mål på området. Vi mener nu at have data nok indsamlet til at kunne stille følgende mål for vores interne papirforbrug frem mod 2030.

Det interne papirforbrug i virksomheden skal nedsættes med 45% inden 2024, med 60% inden 2025, og i 2030 vil vi reducere med 90%. Vores primære baseline er tallene fra 2021.



Vi mener at dette mål er både ambitiøst og realistisk givet en lang række igangværende projekter, der gerne drastisk skulle kunne gøre en drastisk forskel på området.

Derudover er vi fortsat opsat på at alle lønaktiviteter skal være 100% digitale dog har vi flyttet målepinden til 2025, da vi nu har et bedre overblik over processen. Vi agter samtidig at al faktura- og bilagshåndtering skal være 100% digital inden 2025.

Disse målsætninger omfatter ikke vores eksterne markedsføring, såsom trykte tilbudsaviser og printede plakater til vores butikker. Grunden til dette er, at der fra 2023 sker drastiske ændringer i vores tilgang til dette. Vi agter at evaluere og sætte vores mål for den trykte markedsføring baseret på tal indsamlet efter 2023.

Internt papirforbrug	2022	2021	2020	Note
Samlet antal print	410.139	528.751	323.095	Tallet for 2020 dækker kun Q3 og Q4, da der ikke var opsat dataindsamlingsprocedure inden da.
Nedgang i % i forhold til baseline fra 2021	22,4%	n/a	n/a	



MARKEDSFØRING NYTÆNKET – TILBUDSAVISENS SIDSTE REJSE

Det er vores mål at kunne tilbyde moderne og tidssvarende løsninger til vores mange kunder. Som en del af dette arbejde, har vi i de sidste mange år arbejdet på at gøre, i sær vores digitale markedsføring, så attraktiv som muligt. Da vores trykte markedsføring udgør en af vores største miljølaste, så har vi haft stor fokus på at skabe digital modenhed blandt vores kunder i den grønlandske befolkning. Dette er gjort, så vi på sigt vil kunne køre 100% digital markedsføring. Dette arbejde har i den grad gavnet og vi har i dag en stor procent del af vores medlemmer konverteret til brugere af Brugseni app'en.

Igennem 2022, og i sammenligning med året før, har 10% flere medlemmer taget Brugseni app'en til sig, de digitale aviser er blevet åbnet 27% flere gange, og betalinger via app'en er steget med 19%. Disse vægst tendenser har vist os at Grønland er klar til digital markedsføring. Derfor har vi valgt fra januar 2023 og stoppe alt husstandsomdeling af trykt markedsføring. Vi agter stadig i en periode at sikre vores ældste medlemmer muligheden for at afhente et eksemplar af vores tilbudsavis i vores butikker. Men ved dette ene tiltag vil vi, i 2023, skære vores trykte markedsføring med ca. 85% i forhold til 2022. Dette svarer blandt andet til en stor reduktion i CO2-udledning.

Brugseni app'en er i fortsat stor udvikling og vi ønsker konstant at udvide vores attraktive digitale løsninger til gavn for vores medlemmer.

Vi agter at genbesøge vores ambitioner på dette område, efter at vi har givet vores nye digitale løsninger tid til at blive kendt i befolkningen. Med de drastiske tiltag der står klar i 2023, så forudser vi en endnu større modenhed til nye løsninger i befolkningen. Vi vil benytte den næste tid til at monitorere vores fremskridt og derefter sætte nye mål for bæredygtig markedsføring i Grønland.



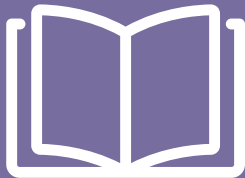
26.019

Antal enheder på
Brugseni app'en



27.379

Antal aktive medlemmer



1.014.000

Antal trykte aviser i 2022

Igennem 2023 kommer vi som virksomhed til at udbygge det digitale format i tæt samarbejde med Lobbyco, Republica og Coop. Der er planlagt flere forbedringer i den digitale kunderejse. Vi følger udviklingen tæt og tilpasser løbende de digitale løsninger, så der både kan skabes forretningsmæssigt potentiale samtidig med at bæredygtighed tænkes ind som en helt grundlæggende parameter.

	2022	2021	2020	Note
Antal aviser trykt	1.014.000	1.287.100	1.385.300	
Antal trykte avismarkedsføringsider fra eksternt trykkeri i alt målt i ton	55	62	64	
Betalte afgifter på trykt markedsføring i kr.	276.559	314.014	320.000	
Antal internt printede markedsføringsider	48.733	31.612	21.734	Der forekom en trykfejl i rapporten for 2021 som her er korregeret.
Antal internt printede plakater målt i m2	2199,8	2328	4711,48	

MINDRE MADSPILD – DET GIVER MENING

En af de statslige indikatorer, der ligger under arbejdet med verdensmål 12, er, at madspild på detail- og forbrugerniveau skal halveres pr. indbygger inden 2030. Som virksomhed ønsker vi at støtte op om dette, da vi har stor indflydelse på netop dette område. Der er et højt økonomisk incitament for at have fokus på netop madspild i detailbranchen, da alt, der bliver kasseret, potentielt er en dårlig økonomisk forretning.

Vi forsøger løbende at optimere disponeringen af vores lagre og bestillinger således, at der kun bestilles de korrekte mængder af varer hjem til butikkerne. Dette er en stor udfordring og vil altid kunne forbedres. Derfor bliver der løbende fulgt op på procedurer og lagerbeholdninger i alle butikker.

Vi forsøger samtidig at optimere vores produktionsområder således, at alle fødevarer sikkerhedsprocedurer bliver overholdt, og at mængderne er i overensstemmelse med mulighederne for salg. Dette er igen en konstant udfordring, der løbende bliver fulgt op på.

Alle vores butikker har 'madfornuft' kølere dedikerede til salg af varer, der er tæt på udløbsdato, og som derfor bliver sat ned til en ekstra lav pris, inden de bliver kasseret. Som detailhandel er vi pålagt strenge restriktioner, hvad angår salg af fødevarer. Dette sker for at sikre fødevarer sikkerheden hos forbrugeren. Derfor skal vi kassere varer, der er gået over dato, hvilke altid vil give madspild i nogen grad.

Som detailhandel i Grønland oplever vi udfordringer med madspild, der sker i forbindelse med fragt og transport. En stor del af vores samlede madspild kommer fra containere, der er blevet behandlet forkert under transport til landet. Vi oplever flere tilfælde, hvor vi af fødevarer sikkerhedsmæssige årsager må bortskaffe flere tons mad.

Disse udfordringer er i flere tilfælde helt ude af vores hænder, hvor årsagen ligger i selve håndteringen før varerne modtages i vores system. Vi er i løbende dialog med vores leverandører samt skibssrederierne og andre transporttyper vi benytter, for at understrege vigtigheden af ordentlig kontrol undervejs i transporten af særligt køle- og frysevarer. Samtidig benytter vi os af vores juridiske rettigheder for at holde alle parter ansvarlige, når sådanne problemer opstår.

Igennem 2022 har vi oplevet et stigende behov for en ekstra indsats for arbejdet med mindre madspild i vores virksomhed. Derfor har vi nu nedsat en arbejdsgruppe, der skal have specifikt fokus på dette område. Dette arbejde er blevet påbegyndt i starten af 2023 og vil indgå i næste års rapport med flere detaljer

	2022	2021
Samlede madspildskassationer	8.564. t. kr.	10.388. t. kr.



	Klima	Etisk handel og menneskerettigheder	Kvalitetsuddannelse	Sundhed sikkerhed og arbejdsmiljø	Lige forhold for alle uanset køn, etnicitet og seksualitet	Multolerance for korruption
 FN SDG'er						
 Ambitioner	Vi vil sikre at vores forretning påvirker miljøet så lidt som muligt.	Vi forpligter os til at føre etisk forsvarlig og transparent handel i Grønland. Vi agter til hver en tid at støtte op om FNs menneskerettigheder i hele vores værdikæde.	Vi vil være et kraftcenter for læring og opkvalificering samt udvikling af ledere.	Vi vil øge fokus på sunde varer i vores butikker og være en aktiv spiller i arbejdet med folkesundhed i Grønland. Vi vil sikre vores medarbejdere et trygt og sikkert arbejdsmiljø. Vi vil sikre vores kunder det sunde alternativ i alle vores butikker.	Brugseni tager stærkt afstand fra alle former for diskrimination. Vi ønsker at sikre alle vores medarbejdere uanset køn, etnicitet eller seksualitet lige muligheder for forfremmelse og karriereudvikling i vores virksomhed.	I KNB tager vi stæng afstand til alle former for korruption. Som virksomhed ønsker vi, at vores forretning foregår på et troværdigt og transparent grundlag uden at bidrage til nogen former for korruption i Grønland og i udlandet.
 Mål	Etablering af baseline for scope 1 og 2 inden 2023. Etablering af baseline for dele af scope 3 inden 2025. Det interne papirforbrug skal nedsættes med 45% i 2024, 60% inden 2025, og i 2030 vil vi reducere til 90%. Vores baseliner er tallene fra 2021.	Vi ønsker at opnå et mere transparent og overskueligt overblik over vores værdikæde i samarbejde med Coop. Vi ønsker at minimere vores risiko for overtrædelser af menneskerettighederne i vores leverandørkæde gennem et tæt samarbejde med Coop Danmark.	Vi vil sænke vores medarbejderomsætning til 2 inden 2025, og i 2030 vil vi stræbe efter at nå 1,3. 50% af vores talent kursister skal bestride en lederstilling inden 2030. Inden 2030 skal 80% af vores medarbejdere føle kompetenceløft hvert år. Minimum 25% af vores butikspersonale skal være faglært inden 2030.	Vi ønsker at sætte Konkrete interne mål for salg af sunde varer i frugt og grønt kategorien i 2023 Vi vil deltage aktivt i Paarisas arbejde med at fremme folkesundhed i Grønland Frem Mod 2030 agter vi aktivt, gennem strategiske samarbejdsaftaler, at påvirke landets befolkning til at handle sundere.	Vi ønsker at minimum 40% af den samlede ledelsesstyrke skal udgøres af det underrepræsenterede køn.	Vi ønsker at alle i virksomheden er bekendt med vores politik på området. Samtidig ønsker vi at alle medarbejdere er bekendt med virksomhedens whistleblowerordning.
 Fremskridt i 2022	Undersøgelse af tilgængelighed af nationale udledning data for flyfragt og skibsfragt. Etablering af interne rutiner for måling af CO2e udledninger ved forretningsrejser. Der arbejdes på etablering af et integreret løn-, medlems- og HR-system der skal sikre bedre digitaliseringsmuligheder. Der er udviklet nye digitale løsninger der sikrer at vi i 2023 kan skære vores trykte avis oplag med 85% og sparer over 62 tons papir årligt, svarende til ca. 84 tons CO2e før transport. Over det sidste år har vi formået og skære vores interne papirforbrug med 22,4%.	Uhensigtsmæssigheder i logistikken omkring vores leverandørhåndtering er blevet identificeret og afdelingen for sortiment og logistik har begyndt ny dialog med Coop og der arbejdes nu aktivt på løsninger.	Vores medarbejderomsætningen er i år 2,5, hvilke er et fald på 0,2 i forhold til sidste år. Vores første hold på 9 talenter har nu afsluttet deres forløb. Vores MTU har igen i år sikret os Great Place to Work certificering. 80% har angivet en følelse af kompetenceløft. Alle vores elevansvarlige har været på kursus for at sikre vores elever den bedst mulige oplevelse i vores butikker. En ny drejebog for besøg fra folkeskolen er blevet skrevet ind i virksomhedens forretningsorden.	Samarbejdet "sammen om det gode liv" har nu sin første baseline for det nationale salg af frossen frugt og grønt i Grønland. Samarbejdet med Paarisa og de andre store spillere i den grønlandske detailhandel er blevet udvidet og står til at skulle promoveres internt i alle vores butikker. Der er blevet arbejdet for at sikre en god sikkerhedsorganisation internt i virksomheden, hvilke kommer helt på plads i starten af 2023. Brugseni har afholdt det årlige Brugseniløb med rekordhøj deltagelse i næsten alle byer.	Med vores nye foreningsstruktur har vi i 2022 opnået en fordeling af køn i vores bestyrelse der lever op til vores mål. i år har vi 42,9% kvinder i bestyrelsen og 57,1% mænd. Kvinderne er for første gang i flere år blevet det underrepræsenterede køn. Dog er fordelingen nu i overensstemmelse med vores mål.	I 2022 har virksomheden introduceret en whistleblowerordning, der har til formål at skabe en sikker og anonym vej til indberetning af korruptionssage.
 Governance	Arbejdet bliver lavet i en arbejdsgruppe under CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.	Arbejdet bliver udført af afdelingen for Kampagne- og kategori. Afdelingen er repræsenteret i CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.	Ansvar for fremdrift på dette område ligger hos HR-afdelingen. Afdelingen er repræsenteret i CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.	Ansvar for fremdrift på dette område ligger hos CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.	Ansvar for fremdrift på dette område ligger hos HR-afdelingen. Afdelingen er repræsenteret i CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.	Ansvar for fremdrift på dette område ligger hos HR-afdelingen. Afdelingen er repræsenteret i CSR-styregruppen som rapporterer til bestyrelsen.



MILJØANSVARLIGHED



MILJØPÅVIRKNING OG KLIMA

Som virksomhed ønsker vi at mindske vores negative påvirkning af miljøet. Vi anerkender vigtigheden af en strategisk tilgang til dette arbejde. Ved at kortlægge vores CO2e-emissioner på tværs af virksomheden, vil vi have mulighed for at tage hånd om eventuelle uhensigtsmæssige områder, hvor vi kan gøre en reel forskel for klimaet og miljøet.

Samtidig mener vi, at vi har en pligt til at være transparente omkring de udfordringer, vi står over for, og som kan begrænse os i vores intentioner. Som virksomhed har vi identificeret de poster, der efter vores mening udgør den største negative påvirkning af miljøet, og hvor vi samtidig har en reel mulighed for at skabe forbedring.

Område	Risiko	Virksomhedstiltag
Madspild	Se afsnittet om verdensmål 12	
Pap og plastik	Se afsnittet om verdensmål 12	
Tryk og markedsføringsmateriale	Se afsnittet om verdensmål 12	
Frugt og transport	Se afsnittet om verdensmål 12	

Klimaregnskab på tværs af det grønlandske erhvervsliv

Vi benytter Greenhouse Gas-protokollen (GHG) som metode for at kortlægge vores virksomheds emissioner af drivhusgasser. Dette er en internationalt anerkendt metode til at arbejde med udledninger af miljøskadelige gasser, der har en direkte negativ indflydelse på miljøet.

Brugseni har i et ligeværdigt samarbejde med en række andre store virksomheder i Grønland startet et netværk, der har til formål at sikre en ensartet tilgang til klimaregnskab på tværs af det grønlandske erhvervsliv. Dette er gjort således, at de grønlandske virksomheder i fællesskab kan sikre en standard, der kan hjælpe landet med aktivt og strategisk at arbejde med løsninger, der kommer hele landet til gavn. Det er i forbindelse med dette netværk, at det er blevet besluttet at benytte GHG-protokollen som ledelsesredskab, således at alle virksomheders tal kan benchmarkes og holdes op mod hinanden. Det er vores håb, at dette kan skabe et godt fundament for Grønlands nationale arbejde med klima. Vi mener, at når vi indgår partnerskaber på tværs af erhvervslivet, skaber det grobund for succes.



VIRKSOMHEDENS CO2e-REGNSKAB 2022

Greenhouse Gas-Protokollen (GHG)

I korte træk kan GHG-protokollen beskrives som en internationalt anerkendt metode, hvorpå man kortlægger sin virksomheds udledning af CO2-ækvivalenter (CO2e). Denne kortlægning sker i 3 forskellige “scopes”, som hver især dækker over en portion af virksomhedens udledninger af drivhusgasser omregnet til CO2e.

Scope 1 handler om virksomhedens direkte emissioner. Alle de aktiviteter, hvor virksomheden er 100% herre over udledningerne af drivhusgasser.

Scope 2 handler om virksomhedens indirekte emissioner. Dette defineres som alt det energi og fjernvarme man tilkøber hos lokale leverandører.

Scope 3 handler om alle virksomhedens andre indirekte emissioner. Her er fastlagt 15 forskellige kategorier, der skal tages til overvejelse. Dog kan ikke alle kategorier appliceres på alle virksomheder. Det er i store træk op til virksomheden selv at lave en vurdering af, hvilke af de 15 kategorier det giver mening at fokusere på.

Det er vores mål at få et fyldestgørende indblik i vores virksomheds klimaaftryk, således at vi kan påbegynde det strategiske arbejde med CO2e-reduktion.

Virksomhedens CO2e-regnskab 2022

I 2022 har vi haft fokus på at skabe en udførlig baseline for virksomhedens Scope 1- og Scope 2-emissioner. Det var vores ønske at komme i gang med kortlægningen af dele af vores Scope 3-emissioner, men det er på nuværende tidspunkt umuligt for os at rapportere på disse tal, da ingen af de nationale transport- og fragtvirksomheder kan give os valid data. I Grønland er alle virksomheder dybt afhængige af få store aktører, som skal nå længere i deres interne dataindsamlingsprocesser før andre virksomheder kan påbegynde arbejdet med Scope 3.

Det er i år lykkedes at indsamle et fyldestgørende overblik over vores Scope 1- og Scope 2-emissioner. Dette års regnskab har således flere datapunkter, som der ikke blev redegjort for i sidste års rapport. Således er det ikke muligt at sammenligne sidste års data med dette års samlede resultater.

I dette års rapport vil der i Scope 1 blive redegjort for olieforbrænding og anden opvarmning af butikker og personaleboliger, kørselsregnskab for alle virksomhedens biler samt eventuelle lækager på køle-/frosstanlæg.

Rapporteringen for Scope 2 vil vise tal for alle virksomhedens indirekte emissioner fra elektricitet og fjernvarme indkøbt via den nationale markedsudbyder.

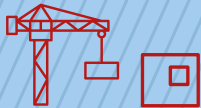


SCOPE 3
Upstream

handler om alle virksomhedens andre indirekte emissioner. Her har GHG-protekollen fastlagt 15 forskellige kategorier, der skal tages til overvejelse. Dog kan alle kategorier ikke appliceres på alle virksomheder. Brugseni har valgt at lægge fokus på nedenstående kategorier.



Indkøbte varer



Anlægs aktiver



Transport og fragt



Forretningsrejser

SCOPE 1
Direkte

handler om virksomhedens direkte emissioner. Alle de aktiviteter, hvor virksomheden er 100% herre over udledningerne af drivhusgasser.



OLIEFYR OG ANDEN OPVARMNING

Opvarmning af personaleboliger uden elvarme: **86.672 kg CO2e**

Oliefyr i butikker: **409.912 kg CO2e**



FIRMABIL OG KØRSEL

193.285 km i alt = **53.944 kg CO2e**

404 kg (R404A)



LÆKAGE PÅ FRYSE- OG KØLEANLÆG

1.584.488 kg CO2e

SCOPE 2
Indirekte

handler om de indirekte emissioner fra elektricitet eller fjernvarme indkøbt og brugt i virksomheden.



SAMLET ELFORBRUG

6.929.732 kWh

SAMLET VARMEFORBRUG

3.983.010 KWH

	Varme	El	CO2e udledning
Ilulissat	489.430 kWh	726.408,14 kWh	866 kg
Sisimiut	519.750 kWh	971.837,41 kWh	42.533 kg
Nuuk	2.557.410 kWh	3.406.456,42 kWh	391.510 kg
Maniitsoq	416.420 kWh	455.097,64 kWh	87.431 kg
Paamiut	-	209.035,02 kWh	149.941 kg
Narsaq	-	220.298 kWh	14.936 kg
Qaqortoq	-	742.688,58 kWh	49.787 kg
Nanortalik	-	197.910,97 kWh	154.465 kg

SCOPE 3
Downstream

handler om virksomhedens andre indirekte emissioner. Det kan være kunders brug og afskaffelse af f.eks. emballage, transport af varer mellem butikker på kysten med mere.



Affaldshåndtering



Transport og fragt

Ingen data på nuværende tidspunkt.
Udbedres løbende.

SCOPE 1
2.135.016 kg CO2e

SCOPE 2
891.469 kg CO2e

SAMLEDE CO2e
UDLEDNINGER
3.026.485 kg CO2e

SCOPE 3
Ingen data



SOCIAL ANSVARLIGHED



SOCIALE FORHOLD OG MEDARBEJDERFORHOLD

Som en af de største detailhandelsvirksomheder i Grønland har vi mere end 550 medarbejdere ansat. Dette præsenterer adskillige risici, som vi aktivt arbejder for at minimere. Vi stræber efter at skabe et arbejdsmiljø, der har fokus på tillid, fællesskab og tryghed.

Vi har i år genopnået den internationale certificering “Great Place to Work”. Denne certificering er en del af vores arbejde for at sikre vores medarbejdere det bedste arbejdsmiljø. Dog er vi stadig meget bevidste om, at vi som virksomhed har områder, hvor der er høj risiko for negativ påvirkning af vores medarbejdere.

Område	Risiko	Virksomhedstiltag
Arbejdsulykker	Alle vores butikker er udstyret med mange kvadratmetre lagerkapacitet. Dette betyder, at store mængder varer hver dag bliver flyttet og håndteret af vores mange medarbejdere. Vi er opmærksomme på, at dette udgør en risiko for, at der kan opstå arbejdsulykker. Det er derfor vigtigt, at vi arbejder aktivt for at minimere alle sådanne risici.	I 2022 er virksomhedens sikkerhedsorganisation blevet gennemgået. Der er nu et fuldt overblik over medarbejdere, der skal tage Arbejdsmiljøuddannelsen, og der er etableret nye sikkerhedsgrupper i alle forretningsenheder. Der bliver udført tilbundsgående APV hvert 3. år samt opfølgning og opdatering af APV hvert år.
Stress	Dele af hverdagen for vores butikker og servicekontor kan være hektisk og presset. I sådanne situationer er der potentiel risiko for, at vores medarbejdere kan blive ramt af stress. Dette ser vi som et alvorligt problem og ønsker at skabe et arbejdsmiljø, der yder støtte til medarbejdere, som af forskellige årsager har det svært.	Vi tilbyder medarbejdere med reelt behov adgang til psykologhjælp.
Fysisk nedslidning	Dele af vores medarbejderstab arbejder med hårdt fysisk arbejde og er i risiko for fysisk nedslidning over tid. Vi ønsker aktivt at mindske dette problem og yde hjælp til medarbejdere, der er i problemer.	Vi tilbyder vores medarbejdere hjælp og tilskud til fysioterapeut samt mulighed for at arbejde på nedsat tid.

Arbejdsikkerhed	2022	2021	Note
Antal rapporterede arbejdsulykker	13	11	
Antal nær-ved-hændelser rapporteret	n/a	n/a	Virksomheden har på nuværende tidspunkt ikke procedurer for indberetning af dette.



MENNESKERETTIGHEDER

Som ansvarlig virksomhed støtter vi op om og respekterer de internationale menneskerettigheder. Det er vigtigt for os, at vores virksomhed ikke påvirker menneskerettighederne i en negativ retning. Af den årsag har vi foretaget en vurdering af, hvor vi potentielt kan have udfordringer på området.

Område	Risiko	Virksomhedstiltag
Børnearbejde, tvangsarbejde og mindsteløn	Vores supply chain præsenterer en række risici i flere af de lande, vi direkte eller indirekte køber fra. Problemer, såsom børnearbejde og tvangsarbejde, er potentielle problemer i industrier som landbrug, tekstil/beklædning, elektronik og smykkeindustrien m.fl. Det samme gælder problemer med mangel på udbetaling af minimumsløn under gældende lovgivning i det respektive land. Som virksomhed tager vi kraftigt afstand fra sådanne forhold. Derfor er det vigtigt, at vi sikrer os på måder, hvor vi kan garantere, at disse problematikker ikke vil kunne associeres med vores virksomhed.	Se afsnittet om “International og national samhandel” (s. 48)
Frihed til organisering og kollektiv forhandling	Som virksomhed og arbejdsplads beskæftiger vi mange mennesker i Grønland. Hvis man som ansættende virksomhed ikke lader sine medarbejdere indgå i kollektive fagforeninger, står man med en risiko for, at der kan ske uetiske og diskriminerende hændelser, som kan og vil stille virksomheden dårligt. Som virksomhed anerkender vi alle vores medarbejders ret til kollektivt at forhandle ansættelses- og arbejdsvilkår. Vi mener, at denne ret giver vores medarbejdere både ejerskab og engagement i forhold til deres ansættelse, hvilke stiller dem bedre i forhold til fastholdelse. Derudover ser vi fagforeningernes arbejde som værende nødvendigt for fremtidens etiske virksomhedspraksis på tværs af det grønlandske erhvervsliv.	



LIGESTILLING

Igennem vores certificering – Great Place to Work – undersøger vi hvert år i forbindelse med medarbejdertilfredshedsundersøgelse (MTU) og arbejdspladsvurdering (APV) vores medarbejders opfattelse af ligestilling i hverdagen. Det er vigtigt for os løbende at følge op på tal om ligestilling, så alle ledere ud fra dette grundlag har mulighed for at vurdere fordelingen ved ansættelser.

MTU-resultater	2022	2021	2020
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset alder	85%	n/a*	88%
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset etnisk oprindelse	87%	n/a*	86%
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset køn	88%	n/a*	89%
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset seksuel orientering	89%	n/a*	85%

Noter

* 2021 havde vi ingen MTU/GPTW, da vi omlagde afholdelsen til februar for at passe butikkernes behov.



ANSVARLIG VIRKSOMHEDSSTYRING



LIGESTILLING MELLEM KØNNENE

Vi mener, at en arbejdsplads skal skabe lige muligheder for alle. Derfor er det vigtigt for os, at kønsfordelingen i bestyrelsen og virksomhedsledelsen er så jævnt fordelt som muligt. Vi har et ønske om, at det underrepræsenterede køn skal udgøre minimum 40% af den samlede bestyrelse. Vi stæber efter dette, fordi vi mener, at en balanceret ledelse er til gavn for hele virksomheden. En udfordring på dette område er vores medlemsstyrede proces, der på demokratiske vilkår styrer hvilke medlemmer, der kommer ind i vores bestyrelse. Topledelsen har ingen mulighed for at påvirke, hvem der sidder i vores øverste ledelsesorgan. Dog forsøger vi at sikre, at alle i bestyrelsen er bekendt med fordelene ved en mangfoldig og ligelig fordeling af kønnene.

I 2022 er den nye bestyrelse blevet valgt og vores nye organisationsstruktur er trådt i kraft. Dette har i år resulteret i, at det underrepræsenterede køn i bestyrelsen nu udgør 42,9%, hvilke er en forbedring i forhold til 2021 hvor dette tal var 33,3%. Med vores medlemskab af FNs Global Compact har vi et øget fokus på ligestilling i hele virksomheden. Derfor ønsker vi at udvide vores rapportering for kønsfordeling i virksomhedens ledelseslag for at sikre, at vi ikke skævvrider ansvarsfordelingen blandt vores medarbejdere.

	2022	2021	Note
Kvinder i bestyrelsen	42,9%	66,7%	
Mænd i bestyrelsen	57,1%	33,3%	
Kvinder i lederstillinger	31,3%	25%	
Mænd i lederstillinger	68,7%	75%	
Kvinder i mellemliderstillinger	63,3%	n/a	
Mænd i mellemliderstillinger	36,7%	n/a	

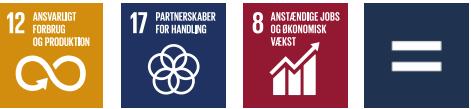


ANTI-KORRUPTION

I KNB tager vi skarp afstand til alle former for korruption. Vores anti-korrupsionspolitik kan læses på www.brugseni.gl/csr

Indsatsen mod korruption er vigtig for KNB, da vi dagligt opererer nationalt og internationalt med handel og transport. Som virksomhed ønsker vi, at vores forretning foregår på et troværdigt og transparent grundlag uden at bidrage til nogen som helst former for korruption i Grønland og i udlandet.

Område	Risiko	Virksomhedstiltag
Korruption og bestikkelse i butikkerne	Vi driver handel i små lokalsamfund i Grønland, hvor mange kender hinanden. Dette skaber risiko for nepotisme og situationer, hvor bestikkelse og smørelse kan blive et reelt problem. Vi ønsker, at vores forretning foregår på et troværdigt og transparent grundlag, og derfor er alle medarbejdere underlagt vores politik om anti-korruption.	I 2022 har vi lanceret virksomhedens officielle Whistleblower-ordning. Vi gennemgår løbende virksomhedens Code of Conduct og anti-korrupsionspolitik med butikernes ledelse.
Korruption og bestikkelse på Servicekontoret og i ledelsen	Virksomhedens servicekontor, afdelingschefer og direktør står med ansvar for primær kontakt til leverandører og samarbejdspartnere. Dette skaber risiko for nepotisme, forfordeling, bestikkelse m.m. Vi ønsker, at vores forretning foregår på et troværdigt og transparent grundlag, og derfor er alle medarbejdere underlagt vores politik om anti-korruption.	I 2020 blev der oprettet et system, hvor alle vareprøver, leverandørgaver og eventuelle møder uden for arbejdstid bliver registreret og beskrevet. Dette er gjort for at kunne sikre, at retningslinjerne for anti-korruption bliver overholdt. Dette system overses af virksomhedens Kampagne- og Kategoriafdeling.



INTERNATIONAL OG NATIONAL SAMHANDEL

Vores virksomhed står og falder med vores nationale og internationale samhandel med grossister og distributører. Derfor ønsker vi at sikre, at ingen af vores samhandelsaftaler kan sætte vores virksomheds renommé over styr. I alt vores arbejde ønsker vi at sikre en etisk virksomhedspraksis.

Område	Risiko	Virksomhedstiltag
Supply Chain	Som detailhandelsvirksomhed, der forhandler både fødevarer, tekstil og hårde hvidevarer, indgår vi i samhandelsaftaler med mange leverandører. Da vi som virksomhed i Grønland på mange punkter ikke har direkte kontakt med hele vores supply chain, kan det være svært at sikre, at vi ikke har en indirekte negativ påvirkning på områder såsom miljø, produktion, menneskerettigheder og eksterne medarbejderforhold. Derfor er det vigtigt for os, at vi sikrer os muligheder for at verificere leverandørers commitment til en etisk virksomhedspraksis.	I 2022 er der blevet fulgt op på indsamlingen af underskrevne Code of Conduct således, at størstedelen af vores leverandører – udenlandske som lokale – nu har skrevet under på, at de overholder virksomhedens retningslinjer. Virksomhedens Code of Conduct kan findes her: www.brugseni.gl/csr Vi er i aktiv dialog med Coop Danmark om erfaringsudveksling for hvordan vi bedre kan følge op på compliance med vores Code of Conduct. Dette arbejde vil blive udvidet i 2023.



RAPPORTERINGSMETODE

Omfanget af bæredygtighedsrapporten

CSR-rapporten dækker relevante, væsentlige, sociale, etiske og miljømæssige emner for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2022.

CO2e-regnskab

Som virksomhed benytter vi Greenhouse Gas-protokollen (GHG) som vores arbejdsmetode for indsamling af data for vores klimaaftryk. Ifølge GHG-protokollen har vi valgt den finansielle kontrolmetode, hvilke vil sige at vi som virksomhed hæfter for samtlige af de CO2e-emissioner, vi som virksomhed har finansiell kontrol over.

Vi benytter både nationale og internationale emissionsfaktorer til beregning af virksomhedens udledninger i CO2-ækvivalenter. Alle nationale emissionsfaktorer er hentet hos det lokale forsyningsselskabet Nukissiorfiit, og alle internationale faktorer er hentet fra:

www.gov.uk/government/publications/greenhouse-gas-reporting-conversion-factors-2021

Det er på nuværende tidspunkt ikke muligt at påbegynde udregningerne for virksomhedens Scope 3, da ingen af de nationale forsyningsselskaber kan levere data på området. Vores arbejde med Scope 3 vil derfor være i bero, indtil vi har mulighed for at indhente disse data.

Papir

Data for virksomhedens interne papirforbrug er udregnet ud fra fakturabetalinger til vores leverandører, som monitorerer de enkelte printere i virksomheden.

Data om vores papirforbrug til trykt markedsføring er hentet hos vores eksterne trykkeri.

Medarbejdertrivsel og Great Place to Work

Alle data vedrørende medarbejdertrivsel er indsamlet igennem firmaet "Great Place to Work". Certificeringen som "Great Place to Work" kræver en minimumsscore i Trust Index for virksomheden på 70% samt 125 point ud af 250 mulige i en Kulturprofil-evaluering baseret på data indrapporteret til Great Place to Work fra virksomheden.

Affaldsdata

Data for affald er estimeret, da virksomheden mangler faste afrapporteringsprocedurer.

Risikoscreening af leverandører

Virksomhedens screening af eksterne leverandører sker gennem vores samarbejde med Coop Danmark og individuelle leverandørmøder.

I vores datasæt om leverandører og underskrevne Code of Conduct-deklarationer fremgår vores samarbejde med lokale fangere og fiskere ikke.

Madspild

Virksomhedens madspild er udregnet ud fra butikkernes samlede nedskrevne kassationer af fødevarer og bliver opgjort i t.kr. Disse data stammer fra vores butikkers indberetninger.

Det er på nuværende tidspunkt ikke muligt at kunne opgøre dette tal i kg/tons, da der ikke er interne procedurer sat op for dette.



EVALUERING AF ÅRETS INDSATS

Virksomhedens arbejde med bæredygtighed er ved at være så modent, at vi er klar til at inddrage vores organisation endnu mere. Arbejdet med bæredygtighed i 2022 har været både godt og meget konstruktivt. Vi har opnået mange gode resultater, og vi er kommet tættere på vores målsætninger. Dog er vi nået til et punkt, hvor vores arbejde med organiseringen af bæredygtighedsarbejdet skal finde en ny struktur. Vores arbejde over de sidste år har bragt os til et godt solidt ståsted, hvor vi nu ser mulighed for at udnytte vores stærke ressourcer i virksomheden.

Fra 2023 vil der blive nedsat specifikke arbejdsgrupper for bæredygtighedsprojekter. Alle arbejdsgrupper kommer til at bestå af en eller flere ansvarlige fra styregruppen samt relevante medarbejdere på tværs af virksomheden, der kan sikre at projekterne når i mål. Det er vores ønske, at vi gennem konkrete projekter, hvor vores medarbejdere bliver inddraget direkte i løsningsudviklingsprocesserne, kan sikre bedre engagement og ansvarsfølelse blandt vores medarbejdere. Styregruppen vil mødes hver anden måned til et tema- og statusmøde, hvor der samles op på arbejdsgruppernes arbejde, og hvor et nyt relevant emne bliver taget op til diskussion.

Vi er på en spændende rejse, og vi ser frem til fortsat at løfte vores ansvar og tage nye skridt på vejen mod at skabe et mere bæredygtigt Grønland.

Mål for den nære fremtid

- Udbredelse af kendskabet til virksomhedens nye whistleblowerordning
- Der vil blive arbejdet på udviklingen af et nyt omfattende kursuskatalog til alle medarbejdere
- Der vil blive sat nye ambitiøse mål for vores arbejde med madspild
- Der vil blive lagt en strategi for virksomhedens affaldshåndtering
- Der vil blive sat fokus på bæredygtig disponering i vores butikker
- Der vil blive arbejdet på en strategi for vores arbejde med især lokale leverandører
- Vi vil sikre større viden om bæredygtighed i alle vores butikker
- Vi vil arbejde på udvidelsen af vores CO2e-regnskab og udvikle en reduktionsstrategi
- Vi vil evaluere på vores talentudviklingsprogram og sikre gode muligheder for vores talenter efter endt uddannelse



MILJØANSVARLIGHED

Nøgletal

Miljø og klima		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Scope 1	CO2e (kg)	2.135.016	333.370					-	-
Scope 2	CO2e (kg)	891.469	792.612					-	-
Scope 3	CO2e (kg)	n/a	n/a					-	-
Samlet CO2e udledninger	CO2e (kg)	3.026.485	1.125.982					-	-
Samlet el-forbrug (mwh)	mwh	6.930	6.247	5.513	5.469	4.724	4.792	-	-
Madspild		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Samlede madspildskassationer	t.kr.	8,564	10,388	n/a				-	-
Papirforbrug og affald		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Antal trykte aviser	Antal	1.014.000	1.287.100	1.385.300	939.900	934.200	968.800	-	-
Antal trykte avismarkedsfø- ringssider fra eksternt trykkeri (ton)	Ton	55	62	64	56	43	27	-	-
Betalte afgifter på trygt markedsføring (kr.)	Kroner	276.559	314.014	320.000	0	0	0	-	-
Antal printede markedsførings- sider internt	Antal	48.733	31.612	21.734	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal internt printede plakater (m2) (nuuk og qaqortoq + renedesign)	M2	2.200	2.328	4.711	n/a	n/a	n/a	-	-
Internt forbrug af printerpapir i alt	Antal	410.139	528.751	323.095	n/a	n/a	n/a	-	-
Kilo afsendt pap til Danmark i tomme containere	Ton	357	389					-	-
Digitalisering		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Antal aktive enheder på Brugseni app'en	Antal	26.019	25.179	23.455				-	
% af lønaktiviteter digitaliseret	Procent %	5	5	5					
% af faktura - bilagshåndtering digitaliseret	Procent %	60	40	40					

Noter

* Der fremgik en trykfejl i rapporten for 2021, som her er blevet rettet.



SOCIAL ANSVARLIGHED

Nøgletal

Uddannelse og kompetenceudvikling		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Antal nye elever	Antal	15	14	13	8	12	12	-	-
Antal færdiguddannede elever	Antal	4	10	3	1	8	7	-	-
Procent faglært personale i vores butikker	Procent %	13,8	12,8	13,5	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal folkeskoleelever i praktik	Antal	48	76	80				-	-
Antal uddannelsesmesser/ skolebesøg (Qaqisa)	Antal	47						-	-
Antal talenter i forløb	Antal	15	10	0	0	0	0	-	-
Antal talenter færdige (kvinder)	Antal	8	0						
Antal talenter færdige (mænd)	Antal	1	0					-	-
Antal medarbejdere der har følt et kompetence løft (MTU)	Procent %	80	n/a**					-	-
Antal kurser afholdt (og hvilke?)	Antal	10	5	1	5	11	8	-	-
Arbejds miljø		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Medarbejdertilfredshedsindex	Procent %	81	n/a**	79	78	n/a	n/a	-	-
Antal rapporterede arbejdsulykker	Antal	13	11	4	4	6	5	-	-
Antal rapporterede nær-ved-hændelser	Antal	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	-	-
Ligestilling		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset alder	Procent %	85	n/a**	88				-	-
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset etnisk oprindelse	Procent %	87	n/a**	86				-	-
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset køn	Procent %	88	n/a**	89				-	-
Medarbejderne bliver behandlet retfærdigt uanset seksuel orientering	Procent %	89	n/a**	85				-	-
Lønforskel baseret på køn ***	Gange	1,12							

Noter

** 2021 havde vi ingen MTU/GPTW, da vi omlagde afholdelsen til februar for at passe butikkernes behov.

*** Den gennemsnitlige mandlige løn delt med den gennemsnitlige kvindelige løn.



ANSVARLIG VIRKSOMHEDSSTYRING

Nøgletal

Organisation		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Antal ansatte	Antal	583	579	571	559	473	465	-	-
Kvinder i bestyrelsen	Procent %	42,9	66,67	66,67				-	-
Mænd i bestyrelsen	Procent %	57,1	33,33	33,33				-	-
Kvinder i lederstillinger	Procent %	31,3	25	26,67				-	-
Mænd i lederstillinger	Procent %	68,7	75	73,33				-	-
Kvinder i mellemliderstillinger	Procent %	63,3						-	-
Mænd i mellemliderstillinger	Procent %	36,7						-	-
Antal aktive medlemmer	Antal	27.379	26.158	24.688				-	-
Medarbejderomsætning	Gange	2,5	2,7	n/a				-	-
Direktør løn ratio****	Gange	8,41						-	-
Bestyrelsesmøder afholdt	Antal	6						-	-
CSR-møder afholdt	Antal	12	15	19				-	-
Whistleblowersager	Antal							-	-
Etisk handel		2022	2021	2020	2019	2018	2017	Mål: 2025	Mål: 2030
Antal udlandske leverandører	Antal	36	47	51	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal udlandske leverandører gennem coop	Antal	35.000*****	35.000	35.000	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal grønlandske leverandøre	Antal	7	16	23	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal leverandørmøder afholdt	Antal	17	15	21	n/a	n/a	n/a	-	-
Antal underskrevede Code of Conduct	Antal	29	26	3	n/a	n/a	n/a	-	-

Noter

**** Direktørens løn delt med gennemsnitslønnen for en fuldtidsansat

***** Alle leverandører under Coop går under Coops due diligence program og opfylder vores krav for ansvarlig handel. De er derfor ikke påkrævet at skulle underskrive ny Code of Conduct.

SELSKABSOPLYSNINGER

Virksomhedsprofil	
Virksomhedsnavn	Kalaallit Nunaanni Brugseni
Hovedkontor	Aqqusinersuaq 4, 2 th. P.O.Box 1092, 3900 Nuuk
CVR-nummer	15787406
Ejerskab	Privat ejet
Antal medarbejdere	583
Rapporteringsprofil	
Rapporteringsperiode	Regnskabsåret 1. januar - 31. december 2022.
Rapporteringsprincipper	Jf. årsregnskabsloven § 99a og 99b
Dato for udgivelse	
Kontaktoplysninger ved spørgsmål til rapportens indhold	Benny Reffeldt Otte Chef for HR, Kommunikation og Marketing benny.otte@knbmarketing.gl
Governance	
Primært ansvarlig for virksomhedens bæredygtighedsarbejde	Direktør Susanne Christensen
Bestyrelsens sammensætning	4 medlemsvalgte bestyrelsesmedlemmer, 1 medarbejderrepræsentant og 2 professionelt udpegede bestyrelsesmedlemmer