

Håll barhets rapport

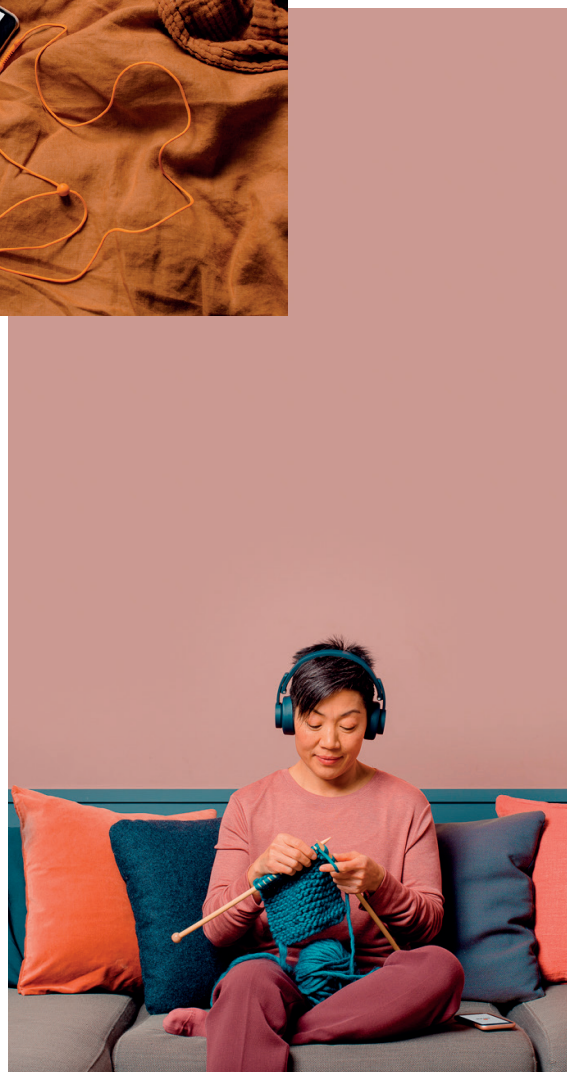
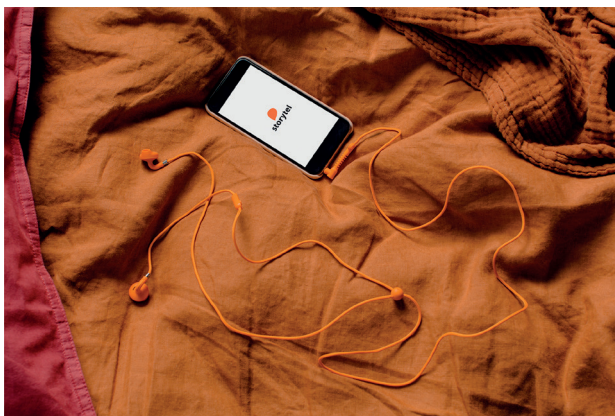
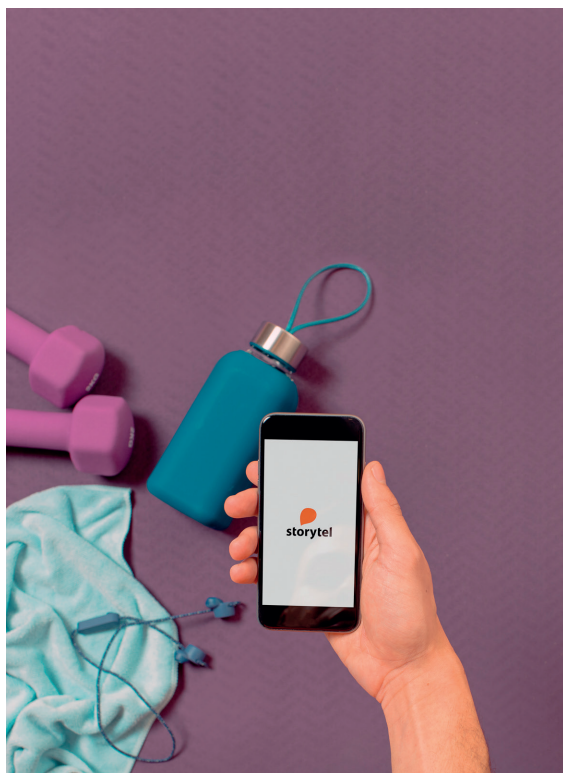
Storytels vision är att göra världen till en mer empatisk och kreativ plats där fantastiska berättelser kan spridas och upplevas var som helst, när som helst och av vem som helst. Vi skapar berättelser varje dag och sprider dem över världen på ett sätt som är lättillgängligt för våra kunder. Vi är ett företag som vill mer än att bara vara en stor aktör. Vi strävar efter att skapa relationer och ge något värdefullt tillbaka till våra användare. Genom att tillhandahålla en plattform för både författare, läsare och lyssnare att utnyttja tekniken demokratiserar Storytel berättelserna. I motsats till företag som uppmuntrar sina kunder att köpa mer är Storytel i stället ett företag som vill att människor ska använda tjänsten så mycket som möjligt. Storytel tar fram innehållet, distribuerar det på en plattform och når därmed en stor publik med sina böcker. Innehållet delas mellan alla användare och kan konsumeras om och om igen under obegränsad tid. På så sätt kan vi både erbjuda ett konsumentvänligt pris för användaren, och en mer hållbar form av bokkonsumtion.

Publicerad

Organisatorisk profil och affärsmodell

Storytel är både ett förlag och ett företag som erbjuder en digital plattform för böcker, vilket gör att vi kan förena de bästa delarna av förlagsverksamhet och teknik. Storytelkoncernen består av två affärsområden, Streaming och Print Publishing, och dessa är verksamma inom media och underhållning respektive förlagsbranschen. Streamingverksamheten kan delas upp i två delar: den tekniska plattformen och den digitala utgivningen. Sedan 2019 äger Storytel dessutom den digitala tidningsprenumerationstjänsten Ztory. Print Publishing-divisionen omfattar bokförlagen Norstedts, Massolit, Printz Publishing och det danska förlaget People's Press samt barnboksförlagen B. Wahlströms och Rabén & Sjögren.

Storytels kunder betalar månatligen i förväg, och efter betalningen har prenumeranterna obegränsad tillgång till böckerna i tjänsten. All förbrukning kan mätas och i slutet av varje rapportperiod beräknar Storytel det totala antalet timmar som använts för varje bok som man läst eller lyssnat på. Intäkterna från kunderna delas med förlagen enligt en revenue share modell, och Storytel behåller normalt 40–50 procent och förlaget får 50–60 procent. Förlagen betalar royalties till författarna baserat på de intäkter de får från Storytel.



Storytel i siffror

Antal anställda:



500+

Antal språk i katalogen:

20+



Antal titlar i tjänsten:



260 000+

Antal nationaliteter hos Storytel:

38



Antal lanserade marknader:

16



Väsentlighetsbedömning

2018 är första året som Storytel har tagit fram en hållbarhetsrapport, och även om det tidigare har tagits flera hållbarhetsinitiativ inom företaget innebär detta att vi från och med nu tar ett helhetsgrepp på vårt arbete inom hållbar utveckling. Denna rapport belyser hur Storytel arbetar med hållbarhetsfrågor och vad vi tror kan förbättras med tanke på de risker vi har identifierat. Under 2019 kommer vi att lägga stort fokus på att ta fram en användbar hållbarhetsstrategi som driver oss mot att bli ett mer hållbart företag. Arbetet med att välja vilka hållbarhetsområden vi ska fokusera på och ta fram en hållbarhetsstrategi har letts av ledningsgruppen. För närvarande ligger även ansvaret för genomförandet av hållbarhetsinitiativen på ledningsgruppen, men under 2019 kommer hållbarhetsarbetet att integreras i övriga delar av organisationen.

En väsentlighetsbedömning av olika hållbarhetsområden har genomförts genom en enkät, och medarbetare, ägare, styrelse, kunder, förlag och ledningsgrupp har deltagit i arbetet. Baserat på resultaten har åtta områden vuxit fram som de viktigaste för Storytel. Dessa områden har vart och ett kopplats till Storytels mission.

Storytels mission	Inspirera människor i alla åldrar att upptäcka en värld av berättelser genom att skapa en lättillgänglig och personlig läs- och lyssningsupplevelse med hjälp av teknik, kunskap och data	Attrahera de största talangerna och utveckla dem, genom att erbjuda en arbetsplats som bygger på mångfald, förtroende, nytänkande och samarbete	Odling och förstärka kraften i människors kreativitet och lust att dela berättelser genom att knyta samman storytellers med en global publik	Erbjuda ett meningsfullt sammanhang i människors liv genom att etablera Storytel som ett hållbart varumärke som är synonymt med berättande
Fokusområden	Kundens mervärde Kundens integritet	Medarbetarnas arbetsvillkor Jämställdhet och mångfald bland medarbetarna	Immateriella rättigheter Ansvarsfullt innehåll	Energianvändning och koldioxidutsläpp Etisk affärsverksamhet

I enlighet med Årsredovisningslagen presenterar Storytel sin första hållbarhetsrapport. Vi har hämtat inspiration från GRI-standarderna.

Storytels hållbarhets strategi

Alla företag lämnar spår efter sig på vår planet och Storytel är inget undantag – men vi drivs av en stark ambition att lämna ett positivt avtryck. Förutom de åtta områden som nämns ovan kan den effekt som Storytel har på samhället i stort delas in i: Vårt footprint, vårt brainprint och vårt fingerprint. Vi vill erbjuda en tjänst och produkter som är hållbart designade, och vår önskan är att Storytel ska ha en positiv effekt på samhället. Vi vill dessutom att användningen av Storytels plattform inte ska leda till negativa effekter på planeten eller dess invånare.



The background of the entire page is a solid orange color. Overlaid on this are several stylized footprints in a darker shade of orange. One large footprint is positioned on the left side, with its toes pointing towards the top left. Another large footprint is on the right side, with its toes pointing towards the top right. There are also several smaller footprints scattered around the larger ones, creating a sense of movement or a path.

Vårt foot- print

Långsiktigt mål:

Vår streamingtjänst och vår förlagsverksamhet
ska vara klimatneutrala

Storytel-koncernens verksamhet är inte klimatneutral i dag. Storytel Streaming använder sig av olika datacenter som leverantörer av plattformen, vilket förbrukar energi. Storytel Print Publishing ger ut böcker, vilket också är en källa till koldioxidutsläpp. Många initiativ har inletts och kommer att inledas inom det här området. Inom Streaming-divisionen strävar vi efter att flyga mindre och att uteslutande använda grön energi i framtiden. Inom Print Publishing-divisionen strävar vi efter att använda certifierat papper och inte ge ut för stora upplagor.

Minska koldioxidutsläpp och energianvändning: Storytels tjänst och produktion

- Erbjuder en klimatneutral teknisk plattform
- Undersöka hur Storytels fysiska produkter kan bli mer miljövänliga med avseende på produktion, distribution och återvinning

Att kunna erbjuda en klimatneutral teknisk plattform är ett av de viktigaste hållbarhetsinitiativen inom den närmaste framtiden. Därför har vi satt målet att ha en klimatneutral teknisk plattform på plats i slutet av 2021.

Minska Storytels koldioxidutsläpp: Affärsresor

- Kartlägga resor inom Storytelgruppen
- Sprida kunskap internt om Storytels resepolicy och se till att den efterlevs
- Investera i bättre konferenssystem för alla våra kontor

Minska Storytels koldioxidutsläpp och energianvändning: Verksamhet

- Börja mäta vår klimatpåverkan på koncernnivå
- Skapa en global miljöpolicy
- Öka medvetenheten i organisationen om hållbarhet och klimatförändringar



A stylized, abstract graphic of a brain in a dark purple color, composed of several overlapping circular shapes and curved lines, positioned on the left side of the page.

Vårt brain- print

Långsiktigt mål:

Vi ska leverera en tjänst och distribuera innehåll som
förbättrar människors liv

Organisationer som skapar och distribuerar innehåll har en inflytelserik roll i samhället tack vare innehållets genomslagskraft och möjligheter till påverkan. Digitalt innehåll innebär att information och underhållning alltid finns nära till hands – i öronsnäckorna på bussen eller som avkoppling innan man somnar. Ibland kan det kännas som att vi bombarderas av underhållning som konkurrerar om vår tid. I denna flodvåg vill Storytel finnas där och leta fram det som verkligen känns meningsfullt. Innehållet som erbjuds av Storytel ska presentera användarna för nya sätt att lära sig, koppla av och ta del av underhållning. Eftersom vi vill att Storytels tjänst ska vara en naturlig del av vardagen arbetar vi hårt med att se till att Storytel verkligen erbjuder något som har betydelse i människors liv.

Inspirera människor till att läsa mer

- Ta initiativ till partnerskap som uppmuntrar till mer läsning i samhället som helhet

Släppa lös berättelser över hela världen

- Göra fler språk tillgängliga för Storytels användare
- Uppmuntra fler till att skriva sina (första) berättelser



A large, stylized fingerprint graphic in shades of orange and pink serves as the background for the top half of the page. The fingerprint lines are thick and curved, creating a sense of depth and texture.

Vårt finger- print

Långsiktigt mål:

Vi vill vara bäst på marknaden på att erbjuda mervärde till
medarbetare, affärspartners, investerare och samhället i stort

Vårt fingerprint är vårt DNA och berättar vilka vi är som organisation. Storytel är ett värderingsdrivet företag som välkomnar de olikheter som finns mellan människor och kulturer och använder dessa skillnader till vår fördel. Företagskulturen på Storytel kännetecknas av engagemang, nytänkande, samarbete, ett kundcentrerat synsätt och en icke-hierarkisk stämning. Vi tror på fair play och vill vara ett företag som alla vill arbeta med och för. Integritet värderas högt och respekt mot våra affärspartners är något som är absolut nödvändigt. Vi vill helt enkelt att vårt samspel med människor – medarbetare, affärspartners, investerare och kunder – ska vara konstruktivt och bidra till förbättringar.

eNPS: Långsiktigt ha ett resultat över 50

- Se till att alla på Storytel förstår vår Code of Conduct och följer den
- Starta ledarskapsutbildningar på flera nivåer i organisationen
- Introducera utvecklingsprogram för anställda på Storytel

Odlar en relation med förlag som är fördelaktig och givande för båda parter

- Förbättra vårt sätt att dela med oss av data och lärdomar till förlagen
- Införa vår nya tidsbaserade ekonomiska modell för att säkerställa att förlagen får en mer rättvis ersättning





**Fokusom-
råden**

för

**hållbarhet-
sarbetet**



Mission

Inspirera människor i alla åldrar att upptäcka en värld av berättelser genom att skapa en lättillgänglig och **personlig läs- och lyssningsupplevelse** med hjälp av teknik, kunskap och data

Storytel riktar sig till alla som uppskattar det nya medielandskapet och använder den nya tekniken till att upptäcka saker man inte kände till tidigare. Det viktigaste för oss är att alltid arbeta för att föra samman berättelser och människor och det gör vi med modern teknik. Vår första målsättning hör ihop med vår kontaktpunkt med kunderna, och mot den bakgrunden har vi identifierat två fokusområden för hållbarhetsarbetet: kundens mervärde och kundens integritet.

Kundens mervärde

Som nämnts under avsnittet om brainprint vill vi att Storytels tjänst ska berika människors vardag med fantastiska berättelser. Storytel är beroende av nöjda kunder som vill fortsätta att använda tjänsten under lång tid, så för att kunna lyckas måste vi alltid förnya oss och hitta nya sätt att förbättra kundupplevelsen. Kundnöjdhetsmätningar utvärderas nogga för att fånga upp feedback.

På Storytel talar vi om "positiv skärmtid" när vi menar att mobiler, surfplattor och e-boksläsare används på ett sätt som utnyttjar teknikens möjligheter på ett positivt sätt. Vi lever i en värld där vi översvämmas av information, och Storytel är tänkt som en hjälp att dra ner på tempot och en källa till både underhållning och utbildning. Forskning visar att läsning gör oss både smartare, mer avslappnade och mer empatiska.^[1] Genom att fokusera på att göra berättelser tillgängliga på en digital plattform hjälper vi Storytels abonnenter att läsa på ett sätt som passar in i en modern livsstil och gör att läsningen känns enkel och underhållande. Ett annat område som vi fokuserar på är produktsäkerhet. Det har dessutom vuxit i betydelse eftersom Storytel har lanserat Storytel Reader, som är en fysisk e-boksläsare. I slutet av 2018 presenterades Storytel Kids Mode, som gör att användarna kan ställa in Storytel-appen i ett säkert läge som bara visar barntillåtet innehåll.

Kundens integritet

Våra kunder anförtror oss sina personuppgifter, och vi gör vårt yttersta för att skydda och lagra deras data enligt lag och på bästa möjliga sätt. Många som arbetar hos Storytel hanterar personuppgifter i olika situationer. Informationen kan utgöras av personuppgifter om anställda, kunder eller affärspartners. Storytels strategi i samband med hanteringen av personuppgifter är att använda oss av processer och rutiner som säkerställer att den personliga integriteten prioriteras och skyddas. Detta arbete är en naturlig del av vår verksamhet. Därför har vi infört en rutin – Privacy by Design – som innebär att vi alltid ska arbeta proaktivt med

att skydda den personliga integriteten och kundernas personuppgifter under data- och IT-processens hela livscykel.

På Storytel har vi två huvudsakliga integritetspolicyer – en för kunders uppgifter och en för våra medarbetare internt. Storytels interna integritetspolicy gäller alla bolag och medarbetare i Storytelkoncernen och omfattar all behandling av personuppgifter som sker någonstans i koncernen. Inga bolag i koncernen får införa rutiner som strider mot denna policy, såvida detta inte krävs enligt landets lagar.

Förutom policyerna ovan har varje team inom Storytel sina egna riktlinjer om integritetsskydd för att minska riskerna vid hantering av personuppgifter inom teamets specifika funktioner. Under 2018 har vi genomfört omfattande utbildningsinsatser inom koncernen. Till exempel har vi arrangerat skräddarsydda kurstillfällen för landschefer och marknadsförings-, CRM- och kundtjänstpersonal. Vi har dessutom infört en incidenthanteringsprocess, d.v.s. en beredskapsplan i händelse av överträdelser av integritetsreglerna. Beredskapsplanen finns på Storytels intranät så att alla är medvetna om hur processen ser ut och kan rapportera eventuella incidenter med hjälp av ett enkelt formulär.

Den största utmaningen för Storytel när det gäller integritetsskyddet är vår snabba tillväxt och expansion. Detta kan potentiellt få effekten att våra processer, rutiner och riktlinjer inte alltid får tillräckligt med tid att etablera sig i organisationen. För att klara denna utmaning är det viktigt att vi genomför tillräckliga utbildningsinsatser inom organisationen. Under 2019 kommer vi att prioritera utbildningar om integritetsskydd för nya medarbetare, oavsett plats och befattning. Dessutom är det viktigt att identifiera områden eller typer av befattningar i organisationen där skräddarsydd utbildning eller andra medvetandehöjande insatser behövs för att vi ska kunna vara säkra på att våra integritetspolicyer följs. Detta kan i tillämpliga fall även gälla nationella personuppgiftslagar.

Vi kommer också att satsa på vår IT-infrastruktur och data-skyddet så att vi därmed stärker verksamheten med avseende på skyddet av den personliga integriteten. Under 2019 kommer vi att inrätta en Privacy Committee ledd av vår Data Protection Officer för att hantera de integritetsfrågor vi kommer att ställas inför framöver, särskilt i samband med den pågående expansionen till nya marknader.

1 Gabriel S. & Young A.F. – Becoming a vampire without being bitten: the narrative collective-assimilation hypothesis. Robert S. Wilson, Patricia A. Boyle, Lei Yu, Lisa L. Barnes, Julie A. Schneider & David A. Bennett – Life-span cognitive activity, neuropathologic burden, and cognitive aging. Dr. David Lewis (Mindlab International, Sussex University) – Galaxy Stress Research.



Mission

**Attrahera de största
talangerna och utveckla
dem, genom att erbjuda
en arbetsplats som
bygger på mångfald,
förtroende, nytänkande
och samarbete**

På Storytel börjar allt med våra medarbetare. Utan dem skulle vi inte kunna nå våra mål, vilket gör det särskilt viktigt att vi skapar bästa möjliga förutsättningar för våra anställda att utvecklas i arbetet. Vi vill att alla ska kunna njuta av ett långt och hälsosamt liv, och Storytels resa kan liknas vid ett maraton snarare än ett sprintlopp. Om vi ska lyckas krävs det att vi planerar strategiskt så att vi fördelar energi och resurser på rätt sätt.

Vi stolta över Storytels företagskultur, och vi vill att den ska återspeglas i allt vi gör och i alla aspekter av vårt företag och vår verksamhet. Vi har identifierat två områden som är särskilt viktiga för oss: Medarbetarnas arbetsvillkor samt jämställdhet och mångfald.

Medarbetarnas arbetsvillkor

Storytel vill vara en arbetsplats som representerar sunda värderingar och där alla känner sig trygga att visa vilka de är och där olikheter uppskattas. Vi accepterar naturligtvis inte någon form av mobbning, diskriminering, trakasserier eller rasistiska uttalanden. För att långsiktigt lyckas behålla vår goda arbetsmiljö arbetar vi tillsammans med vår skyddskommitté, där både medarbetare och ledning är representerade. Tillsammans tar vi ett strukturerat grepp för att förbättra Storytel som arbetsplats och säkerställa att vi följer de regler och riktlinjer som fastställs av Arbetsmiljöverket.

Vår Code of Conduct fastslår hur vi förväntar oss att våra medarbetare ska bete sig dels mot varandra, dels mot våra kunder och partners. Detta är ett viktigt dokument för oss. Vi använder den när vi rekryterar nya medarbetare och förväntar oss att alla följer den.

Det mesta av vårt arbete sker i kontorsmiljö, och risken för fysiska personskador är ganska låg. Den utmaning som vi ser är istället kopplad till arbetsbelastning och stress. Vi vet att antalet fall av stressrelaterade sjukdomar växer i samhället som helhet, och vi behöver arbeta medvetet för att göra Storytel till ett undantag. Eftersom vi är ett tillväxtföretag med engagerade medarbetare som gärna gör det där lilla extra, finns det alltid en risk att positiv stress förvandlas till negativ stress. Genom användning av digitala verk-

tyg för att löpande ta pulsen på medarbetarna kan vi mäta och följa upp den generella stressnivån inom företaget och våra team. Puls-mätningarna, där frågor skickas ut till medarbetare, leder till en kontinuerlig diskussion och dialog mellan medarbetare, HR-avdelning och chefer. Som arbetsgivare uppmuntrar Storytel träning och vi håller regelbundna löp- och yogapass under arbetstid. Storytel är en flexibel arbetsgivare som uppmuntrar föräldraledighet. Vi gör vårt bästa för att skapa en arbetsmiljö som gör att de anställda kan ha en bra balans mellan arbete och fritid.

En annan viktig förutsättning för att medarbetarna ska trivas är bra ledarskap. Storytelgruppen har vuxit snabbt från att vara ett litet startupföretag till att ha över 500 anställda utspridda över hela världen, vilket ökar behovet av bra ledarskap. Vi organiserar ledarskapsforum för chefer inom Storytel för att uppmuntra till att vi ska dela med oss av våra bästa tips och metoder och lära oss av varandra. Under 2019 kommer Storytel att presentera ytterligare aktiviteter för att utveckla ledare inom organisationen.

Jämställdhet och mångfald

På Storytel anser vi att varje individ är unik och att alla har rätt till lika möjligheter och likabehandling. Vi har medarbetare över hela världen och välkomnar människor oavsett kön, könsidentitet, funktionshinder, sexuell läggning, etnicitet, ålder, religion eller annan tro. Vi strävar alltid efter att vara inkluderande och inte exkludera någon. Vi har en stark tro på att människor som känner sig trygga och kan vara sig själva är lyckligare och mer produktiva på arbetet. Storytel vill vara en arbetsplats som präglas av mångfald där vi kan utvecklas och lära av varandras olikheter.

En utmaning som vi ser inom Storytel är den skeva könsfördelningen i en del team. Vårt tech-team består exempelvis till övervägande del av män medan majoriteten av anställda på innehålls- och förlagssidan är kvinnor. Detta är något som vi kommer att fokusera på under 2019 genom att förbättra vår förmåga att nå ut till en bredare grupp av kandidater. Varje år genomför vårt HR-team och skyddskommitté en lönekartläggning för att förhindra oskäliga löneskillnader mellan kvinnor och män.

Köns- och åldersfördelning

Styrelse, Storytel

Under 30 år	30-50 år	Över 50 år
–	71%	29%
Andel kvinnor	Andel män	Annat alternativ
29%	71%	–

Ledningsgrupp, Storytel

Under 30 år	30-50 år	Över 50 år
–	90%	10%
Andel kvinnor	Andel män	Annat alternativ
50%	50%	–

Anställda, Storytelkoncernen

Under 30 år	30-50 år	Över 50 år
20%	66%	14%
Andel kvinnor	Andel män	Annat alternativ
60%	40%	–

Mission



**Odla och förstärka kraften i
människors kreativitet och
lust att dela berättelser
genom att **knyta samman**
storytellers med en
global publik**

Den globala medie- och underhållningsindustrin och förlagsbranschen förändras ständigt, och Storytel har med sin verksamhet möjlighet att utnyttja starka trender och krafter i branschen. Storytel har ambitionen att skapa den bästa digitala tjänsten för berättelser samtidigt som vi utvecklar och expanderar förlagsbranschen. Genom att vara en aktör med både ett digitalt förlag och en distributionsplattform har Storytel lyckats dra nytta av flera delar av värdekedjan vilket har visat sig vara värdefullt för både abonnenter och rättighetsinnehavare. En annan positiv effekt för förlagen är att Storytels närvaro ökar viljan hos kunderna att betala för innehåll, vilket kan förhindra piratkopiering. Genom Storytels affärsmodell kan författare och förlag tjäna pengar på tidigare utgivna böcker på ett nytt och effektivt sätt. Dessutom får skådespelare möjlighet att delta i arbetet som inläsare av ljudböcker, vilket skapar en ny inkomstkälla för många kulturarbetare. I väsentlighetsbedömningen identifierades två områden: Skydd av immateriella rättigheter och ansvarsfullt innehåll.

Skydd av immateriella rättigheter

I och med Storytels expansion på nya marknader och att ett nytt landskap inom lagstiftning av immateriella rättigheter växer fram, planerar Storytel att göra en översyn av sin varumärkes- och domännamnsstrategi under 2019. Storytel har som mål att göra ett tydligt avtryck i dagens moderna samhälle, som präglas av strömmande media. Vårt sätt att bidra är att skapa och utnyttja immateriella tillgångar som baseras på de tjänster och produkter vi framställer och hanterar.

Storytel har en fast och konsekvent inställning till handlingar som innebär överträdelse av våra immateriella rättigheter. Vi samarbetar med branschorganisationer och tillhör flera affärsrelaterade sammanslutningar som samarbetar om att följa upp eventuella förändringar och utvecklingen i branschen som helhet. Den typen av omvärldsbevakning sker inte bara genom vårt nätverk av organisationer och samarbetspartners utan även genom vårt samarbete med specialiserade rådgivare. Eftersom respekten för, och skyddet av, immateriella rättigheter är en del av kärnverksamheten för Storytel har den här frågan hög prioritet över hela världen.

För att Storytels verksamhet ska kunna bedrivas i linje med vår strategi för immateriella rättigheter har vi valt att centralisera arbetet med immateriella rättigheter, inklusive arbetet med varumärkesportföljen, och låta det ledas av Storytels juridiska avdelning. Andra rättigheter på Storytel, som upphovsrätt och angränsande rättigheter, hanteras i huvudsak av de relevanta avdelningarna, till exempel publishing-avdelningen (inklusive rättighetsavdelningen) och innehållsavdelningen. Storytels processer och tvärfunktionella samarbete säkerställer att vi har en hög skyddsnivå för immateriella rättigheter och att vi har säkra rutiner på plats som klarar att hantera både interna och externa rättigheter. Alla våra medarbetares kvalifikationer och erfarenheter inom immaterialrättsliga områden gör att Storytel kan hålla en hög kunskapsnivå och respekt för immateriella rättigheter i hela koncernen. För att säkerställa

att vi håller en konsekvent hög kvalitetsnivå arrangerar Storytel utbildningar som inriktar sig särskilt på varumärkesarbete och upphovsrätt.

Ansvarsfullt innehåll

Storytel har ambitionen att vara en ledande global aktör inom berättande och siktar på att erbjuda en varierande och rik värld av berättelser som kan inspirera våra kunder. Storytel har en bred katalog av titlar, som består av originalinnehåll som produceras av Storytel på alla våra lokala marknader och innehåll som förvärvas från tredje part över hela världen.

Som innehållsproducent tar Storytel sin del av ansvaret för mänskliga rättigheter, till exempel gällande utbildning och yttrandefrihet. Studier har visat att människor kan lära sig mer om sig själva och varandra genom olika typer av berättelser, och genom att välkomna mångfald och pluralism i vårt innehåll vill Storytel förbättra inlärning och empatisk förmåga.^[2]

Den Storytelägda förlagsgruppen Norstedts Förlagsgrupp har också yttrandefriheten som en hörnsten i sitt hållbarhetsarbete. Norstedts Förlagsgrupp stöder flera organisationer som fokuserar på det här temat, inklusive Svenska PEN och PEN International Publishers Circle, som arbetar aktivt med yttrandefrihetsfrågor och är en viktig röst när det gäller att skydda det fria ordet och förföljda författare världen över.

När det gäller innehåll från tredje part, vilket utgör merparten av tjänstens katalog, värdesätter Storytel på samma sätt värden som yttrandefrihet för författare och rättighetsinnehavare, och vi respekterar läsarnas val av vilka böcker de önskar ta del av. För att diskutera frågor som rör innehåll har Storytel bildat en content committee. Content committee är ett samarbetsinitiativ mellan olika avdelningar i organisationen. Syftet är att gruppen ska bedöma om det innehåll som rapporterats av kunderna kan uppfattas som stötande eller på annat sätt är olämpligt för tjänsten.

Storytel-appen inspirerar människor i alla åldrar att upptäcka en hel värld av berättelser genom att den erbjuder en lättillgänglig och personlig läs- och lyssningsupplevelse i mobilen. Varje dag ger Storytel mer än 800 000 människor möjlighet att genom berättelsernas värld resa över hela världen. På Storytel har vi en stark tro på att vi kan öppna våra sinnen för världen runt omkring oss genom att läsa och lyssna till berättelser. Att göra världen till en mer empatisk plats är centralt i Storytels vision.

Vi ser också att det finns olika sätt att använda tekniska lösningar för att erbjuda ett ansvarsfullt innehåll. Under 2018 presenterade Storytel Kids Mode, som gör att användarna kan ställa in Storytel-appen i ett säkert läge som bara visar barn tillåtet innehåll. Funktionen lyfter fram titlar som riktar sig till barn för att flytta barnens upptäckarglädje och engagemang till en säkrare miljö. Detta påvisar även vårt stora engagemang för läsare i alla åldrar.

Mission



**Erbjuda ett meningsfullt sammanhang
i människors liv genom att etablera
Storytel som ett hållbart varumärke
som är synonymt med berättande**

Storytel har stora planer för framtiden, och vi vill vara ett varumärke som är synonymt med berättande. Vi har identifierat två områden som kan utgöra en risk för dessa planer om vi inte tar dem på allvar. Det första rör energianvändning och koldioxidutsläpp och det andra etisk affärsverksamhet. Om vi inte har tydliga och ambitiösa samt hållbara processer och strategier kopplade till nämnda områden kommer vi inte att uppnå våra affärsmål. Vi arbetar för att se till att vår affärsmodell fortsätter att leverera resultat som är förenliga med de begränsningar som ställs av miljön.

Energianvändning och koldioxidutsläpp

Att minska den negativa påverkan på planeten som uppstår på grund av Storytels energianvändning är en viktig prioritering för 2019 och kommande år. Detta arbete kräver en samlad strategi, och vi arbetar för att få en fullständig bild av Storytelkoncernen miljöpåverkan till följd av koldioxidutsläpp. Att börja mäta vårt klimatavtryck är en av de viktigaste uppgifterna under 2019. När bilden har klarnat kommer vi att presentera en målfokuserad handlingsplan för hur vi kan minska våra koldioxidutsläpp.

Storytelkoncernen initiativ

Storytels Code of Conduct beskriver gröna initiativ som gäller för alla anställda. Till exempel minimerar vi antalet affärsresor och flyger endast när det verkligen behövs, och vi investerar i bra konferenssystem så att vi kan ersätta många fysiska möten mellan olika länder med virtuella möten. På Storytels huvudkontor i Stockholm undviker vi även att förflytta oss med bil till olika möten genom att ha både cyklar och kollektivtrafikkort som medarbetarna kan låna.

På huvudkontoret källsorterar vi även restprodukter. Detta omfattar avfall som plast och biologiskt nedbrytbart avfall samt kontorsavfall som papper. Under 2019 vill vi sprida denna vana till andra Storytel-kontor runt om i världen. Under 2018 ökades utbudet av vegetariska och veganska lunchalternativ på huvudkontoret, och under 2019 kommer ett av våra fokusområden att vara att minska användningen av plast vid kontoret och eliminera den helt inom en snar framtid. Storytels huvudkontor, Norstedtshuset, är även certifierat som en "Green Building" av Sweden Green Building Council.

Storytel Streaming

Storytel har beslutat sig för att företaget ska ha en hållbar teknisk infrastruktur. Detta kommer att vara ett viktigt fokusområde under de kommande åren eftersom vi har som mål att kunna erbjuda en klimatneutral teknisk plattform i slutet av 2021. Därför kommer det att krävas att Storytel använder förnybar energi, ökar sin effektivitet och kompenserar för återstående koldioxidutsläpp.

Storytels förlagsverksamhet

Print Publishing-grenen inom Storytelkoncernen har flera pågående initiativ som ska minska dess påverkan på planeten. Till exempel trycktes majoriteten (97 %) av alla böcker som publicerades av Norstedts under 2018 på FSC-certifierat papper (Forest Stewardship Council), och alla produkter som inte utgörs av böcker är CE-certifierade. Ett annat viktigt område handlar om att ständigt arbeta för att optimera antalet bokexemplar som trycks. Syftet är att minska det slöseri som uppstår på grund av det överskott av böcker som makuleras varje år.

Etisk affärsverksamhet

Storytel tror på fair play och vill vara en konstruktiv och pålitlig aktör som hjälper branschen som helhet att blomstra. Vi stöder ansträngningar som bidrar till att skapa fler berättelser och introducera fler människor till böckernas värld. Vi tror att alla initiativ som främjar en positiv attityd till olika former av läsning inte bara gynnar Storytel, utan också sektorn och världen i stort. Storytel samarbetar med flera olika aktörer på marknaden – allt från förlag till mobiloperatörer. Vi väljer våra samarbetspartners med utgångspunkt i förtroende, inte bara deras förtroende i den egna branschen, utan också utifrån deras företagsvärderingar och deras förmåga att uppträda etiskt på marknaden. Från Storytels hållbarhetssynvinkel kan etisk affärsverksamhet delas upp i insatser mot korruption och konkurrensbegränsande åtgärder.

Insatser mot korruption

Storytel följer lokal lagstiftning om mutor och korruption på alla marknader. Oavsett bestämmelserna i lokala lagar försöker vi aldrig utöva otillbörlig påverkan på någon, vare sig direkt eller indirekt, genom att erbjuda eller ta emot mutor eller genom att tolerera korrupt beteende. Storytel har en global uppförandekod som föreskriver nolltolerans för mutor och korruption.

Sverige och övriga nordiska marknader har en historia av låg korruption, men i takt med att företaget växer ökar vår närvaro på marknader där otillbörlig påverkan är vanligare. Detta förändrade landskap har naturligtvis höjt risknivån för koncernens bolag, både med avseende på ökad risk för incidenter på dessa marknader och risken för att olika kulturer har skilda uppfattningar om vad korruption är och vad som anses vara normalt affärsbeteende. För att minska dessa risker har Storytel genomfört flera insatser. Den mest framträdande är lanseringen av Storytels Code of Conduct 2018 och åtgärderna för att öka medvetenheten genom utbildning och medvetandehöjande seminarier tillfällen. Uppförandekoden presenteras för nyanställda innan de undertecknar anställningsavtalet. För Storytel är uppförandekoden en del av vår värdegrund, en bindande samling

regler och en guide som används av alla som arbetar på Storytel. Koden gäller för samtliga anställda, konsulter och styrelseledamöter. Dessutom håller Storytel en konferens där nya internationella medarbetare och nya marknader introduceras. Under konferensen deltar alla i en workshop i Stockholm som arrangeras av finansavdelningen och juridiska avdelningen för att stärka uppförandekoden och gå igenom vårt anti-korruptionsarbete mer i detalj. För att ytterligare stärka policyarbetet och se till att alla regler följs inom koncernen har Storytel under 2018 dessutom anställt sin första Compliance Officer, som började på den juridiska avdelningen i februari 2019. Därmed hoppas Storytel bli ännu mer proaktiva på det här området och inom många andra relaterade områden.

Som ett sätt att bygga vidare på tidigare arbete och ytterligare minska risken för korruption och mutor under 2019 planerar Storytel att använda sig av en stabilare land-för-land-strategi. Vi tänker låta flera funktioner (HR/Operations och Legal/Compliance) samverka, göra en mer noggrann riskbedömning och ta fram en solid plattform som kan användas för ett skräddarsytt utbildningsprogram.

Framtiden

Storytel kommer varje år presentera en hållbarhetsrapport som följer upp våra hållbarhetsmål och vårt hållbarhetsarbete samt som tillhandahåller ny information. Under 2019 kommer Storytel att ta ett helhetsgrepp på hållbarhetsfrågorna och börja mäta och följa upp olika nyckeltal som mäter de områden inom hållbar utveckling som presenteras i denna rapport.

Konkurrensbegränsande åtgärder

Storytel följer lokal konkurrenslagstiftning på alla marknader, och vi tror att konkurrens skapar en bättre marknad för våra kunder. De huvudsakliga riskerna inom detta område vilka identifierats av Storytel handlar om att en medarbetare hos Storytel, beroende på bristande kunskap eller av andra skäl, inte följer lagen eller Storytels regelverk. Mer konkret kan det handla om att medarbetaren inte behandlar alla affärspartners på lika villkor eller olovligen avslöjar affärshemligheter, som prissättning eller marknadsföring, för en konkurrent. För att säkerställa att Storytel inte deltar i sådana eller andra olagliga aktiviteter och att alla medarbetare följer lagen och uppförandekoden har Storytel, utöver sin allmänna utbildningsinsats om reglerna i uppförandekoden, identifierat särskilda utbildningsinsatser för vissa medarbetare som en viktig åtgärd. Som en del av de här ansträngningarna genomgick utvalda medarbetare utbildning under 2018. Utbildningsprogrammet kommer att utökas under 2019 till ett bredare utbildningsprogram om konkurrenslagstiftning.

Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Storytel AB (Publ), org.nr 556575-2960

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2018 på sidorna 30-55 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

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

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 15 april 2019
Ernst & Young AB

Alexander Hagberg
Auktoriserad revisor

