

Hållbarhets- rapport

Introduktion till Storytel

Storytels vision är att göra världen till en mer empatisk och kreativ plats där fantastiska berättelser kan delas och upplevas var som helst, när som helst och av vem som helst. Vi skapar berättelser varje dag och tillgängliggör dem världen över på ett sätt som är lättillgängligt för våra kunder. Genom att erbjuda en plattform där både författare, läsare och lyssnare kan dra nytta av tekniken och ta del av berättandets kraft kan Storytel sprida berättelserna till ännu fler.



Vision

Storytels vision är att göra världen till en mer empatisk och kreativ plats där fantastiska berättelser kan delas och upplevas var som helst, när som helst och av vem som helst.

Målsättningar

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

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

Hjälpa människor att locka fram sin kreativitet och dela berättelser genom att föra samman författare med en global publik.

Attrahera och utveckla talanger genom att se till att vi har en arbetsplats som bygger på mångfald, förtroende, nytänkande och samarbete.



Storytel grundades med ambitionen att erbjuda människor något värdefullt i vardagen med hjälp av berättelser. Tid som tillbringas med Storytel ska vara kvalitetstid - något som vi kallar för meningsfull rekreation. I det sammanhanget tror vi att vi kan spela en viktig roll i sociala frågor, som välbefinnande och psykisk hälsa, läskunnighet och lärande samt inom personlig utveckling. Därför är vi måna om den påverkan vår produkt och våra berättelser har på människors liv. Vi vet att vår produkt hjälper människor att läsa mer och oftare. Vi vet också att Storytel hjälper användarna att utforska nya genrer, något som vi kopplar till både vår affärsmodell och våra bokrekommendationer. På vissa marknader, som Ryssland och Turkiet, säger våra användare att Storytel har hjälpt dem att bredda sin allmänbildning, vilket innebär att vi även hjälper användarna att lära sig nya saker. På Storytel brinner vi för att hjälpa människor att läsa mer och för att göra den digitala boken till ett konkurrenskraftigt medium och en källa till underhållning jämte strömmande video, musik och sociala medier.

**87%**

Hela 87 procent av användarna i Nederländerna säger att de läser eller lyssnar på fler böcker sedan de började prenumerera på Storytel.

83%

Så många som 83 procent av användarna i Sverige säger att de läser eller lyssnar oftare sedan de började prenumerera på Storytel.

69%

I Spanien säger 69 procent av användarna att de läser eller lyssnar på fler böcker i olika genrer sedan de började prenumerera på Storytel.

72%

I Ryssland säger 72 procent av användarna att deras användning av Storytel har bidragit till att de breddat sin allmänbildning.

Storytel är ett värdefullt tillskott i förlagsbranschen och bidrar på flera olika sätt till kulturvärlden. Företaget är drivande i utvecklingen av böckernas digitalisering, vilket hjälper förläggare och författare till nya intäkter från tidigare utgivna böcker. Storytel har en katalog med över 400 000 titlar på 27 språk. Under 2019 blev 93 procent av alla ljudböcker i utbudet lyssnade på minst en gång under året, vilket därmed skapade en helt ny inkomstkälla för vissa författare. Som globalt företag kan Storytel även fungera som en internationell plattform för författare som vill nå ut i övriga delar av världen. Storytel använder sig av professionella inläsare, ofta skådespelare, i sina produktioner, vilket också skapar nya arbetstillfällen. Under 2019 anlätade Storytel skådespelare för 165 000 timmars arbete över hela världen, vilket motsvarar 70 heltidsanställda skådespelare.

När Storytel går in på en ny marknad investerar vi i det lokala språket och i lokala författarskap. Vi ser att 85 procent av konsumtionen sker på det lokala språket och 85 procent av topp 50-listan på varje marknad består av lokala författare. Vi investerar kontinuerligt långsiktigt (i våra egna studior, i ljudböcker i länder där de ännu inte existerar och i det nya unika Storytel Original-innehållet) i syfte att skapa en bransch för det talade ordet.

Denna rapport belyser hur Storytel arbetar med hållbarhet och vad vi tror kan förbättras med avseende på hållbarhetsfrågor och de risker vi har identifierat. Storytel presenterar här sin andra hållbarhetsredovisning i enlighet med årsredovisningslagen. Vi har tittat på GRI-standarderna och kommer att rapportera i enlighet med dem framöver.

Organisatorisk profil och affärsmodell

Storytel är norra Europas ledande strömningstjänst för ljudböcker och e-böcker och erbjuder obegränsad lyssning och läsning av fler än 400 000 titlar på global nivå. Vår vision är att göra världen till en mer empatisk plats där fantastiska berättelser kan delas och upplevas var som helst, när som helst och av vem som helst. Storytelärendigitalplattformslieferantörochenstorförlagskoncern.Affärsområdet för streaming erbjuder prenumerationer för ljudböcker och e-böcker under varumärkena Storytel och Mofibo. Storytels förlagsverksamhet bedrivs genom förlagen Norstedts, Massolit StorySide, Printz Publishing, People's Press, Rabén & Sjögren, B.Wahlströms, Gummerus Kustannus och Norstedts Kartor. Ztory – en prenumerationsbaserad digital strömningstjänst för dagstidningar och tidskrifter – har varit en del av Storytel sedan januari 2019. Storytel finns på tjugo marknader runt om i världen och har sitt huvudkontor i Stockholm.

Storytel debiterar sina kunder i förväg på månadsbasis. Efter att betalningen är registrerad får prenumeranterna obegränsad tillgång till böckerna i tjänsten. All förbrukning kan spåras och i slutet av varje rapportperiod beräknar Storytel det totala antalet timmar som konsumerats för varje bok som man läst eller lyssnat på. Intäkterna från kunderna delas med förlagen enligt en andelsmodell. Förlagen betalar sedan royalties till författarna baserat på de intäkter de får från Storytel.

Storytel i siffror 2019



**Antal
böcker i tjänsten**

400 000+



**Antal
anställda**

400+



**Antal
prenumeranter**

1 100 000+

**Antal
verksamma marknader**

20



Storytels syn på ESG

Alla företag lämnar spår efter sig på vår planet, och Storytel är inget undantag – men vi drivs av en stark ambition att få bort alla negativa spår och bara lämna ett positivt avtryck. ESG (Environmental, Social and Governance) handlar om miljömässig och social styrning, och tillsammans bildar orden ett väl etablerat ramverk för hållbarhet i företagsvärlden. På Storytel använder vi oss av detta ramverk

och delar in våra hållbarhetsinitiativ i footprint, brainprint och fingerprint för att bättre förstå och visa vilken påverkan som Storytel har på samhället i stort. Vi vill erbjuda en tjänst och produkter som är hållbart designade. Målet är att Storytel ska ha en positiv inverkan på samhället och att användningen av Storytels plattform inte ska leda till negativa effekter på planeten och dess invånare.

Långsiktiga mål

Vårt footprint – den påverkan vi har på miljön

- Vi vill vara klimatneutralt som förlag och som leverantör av strömningstjänster.

Vårt brainprint – effekten av de berättelser som vi skapar och vårt sätt att distribuera dem

- Vi vill vara ett företag som levererar en tjänst och distribuerar innehåll som berikar människors liv.

Vårt fingerprint – den effekt som vi har på våra medarbetare, affärspartners, investerare och samhället i stort

- Vi vill vara ett företag som människor har stor nytta av att jobba med och/eller för.

Hållbarhetsarbete och ansvar

Vi har som mål att hållbarhet ska vara en naturlig del i allt vi gör och att våra hållbarhetsmål ska integreras i våra affärsplaner. Ledningsgruppen följer upp utvecklingen mot våra hållbarhetsmål två gånger om året. De mål, strategier och processer som är kopplade till hållbarhet granskas av styrelsen en gång om året. Vi rapporterar vilka framsteg vi gjort på vägen mot våra mål i vår årliga hållbarhetsredovisning.

Storytels framgångar i sina hållbarhetsinitiativ är till stor del beroende av medarbetarnas engagemang och vilja att stödja Storytels hållbarhetsmål. Därför lade vi stort fokus under 2019 på utbildning om hållbarhet och om vad hållbarhet betyder för Storytel. Detta arbete har bara börjat och det kommer att vara ett fokusområde även under 2020. Under 2019 har Storytel etablerat en hållbarhetsarbetsgrupp inom företaget med lokala representanter från flera av Storytels olika marknader. Syftet med denna grupp är att samarbeta i gemensamma hållbarhetsinitiativ, till exempel vid införandet av avfallssortering på kontoren eller vid byte till en mer hållbar elleverantör.

I början av 2020 fick alla medarbetare på Storytel svara på frågor i en undersökning om Storytels hållbarhetsarbete, och mot bakgrund av resultaten är vi övertygade om att Storytel kommer att fortsätta utvecklingen mot att bli ett helt hållbart företag. Här är resultaten*:

* 80 procents svarsfrekvens.

76%

av alla anställda känner till Storytels hållbarhetsmål.

70%

av alla anställda anser att Storytel gör tillräckligt för att vara ett hållbart företag.

67%

av alla anställda tycker att det är tydligt hur de kan bidra till att göra Storytel till ett mer hållbart företag.

97%

av alla anställda säger att de är beredda att ändra sitt beteende i syfte att bidra till att göra Storytel till ett mer hållbart företag.

55%

av de anställda säger att hållbarhet är ett ämne som diskuteras inom deras team.

75%

av de anställda säger att de vill lära sig mer om hållbarhet.

Väsentlighetsbedömning

Under arbetet med 2018 års hållbarhetsredovisning genomförde Storytel en väsentlighetsbedömning bland anställda, ägare, styrelse, ledningsgrupp, kunder och förlag. Under 2019 gick ledningsgruppen igenom väsentlighetsbedömningen igen och identifierade tio olika hållbarhetsområden. Dessa har sedan delats in i åtta fokusområden som kommer att gås igenom ytterligare i denna rapport.

Viktiga hållbarhetsområden:

Footprint

- 1. Energianvändning och utsläpp från Storytels verksamhet
- 2. Påverkan från Storytels produkter och vår plattform

Brainprint

- 3. Kundens mervärde
- 4. Datasäkerhet och kundens integritet
- 5. Ansvarsfullt innehåll

Fingerprint

- 6. Mångfald och inkludering
- 7. Medarbetarnas arbetsvillkor
- 8. Etiska affärsmetoder



Foot-print

Vårt footprint – den påverkan vi har på miljön

Vi vill vara klimatneutralt som förlag och som leverantör av strömningstjänster. Storytelkoncernens verksamhet är inte klimatneutral i dag. Vår ambition är dock att den ska bli det inom en nära framtid. Vi strävar efter att minska vårt affärsresande och uteslutande använda grön energi i framtiden.

Uppföljning av våra framsteg sedan förra året

Minskning av koldioxidutsläpp och energianvändning: Storytels tjänst och produktion

- Erbjuder en klimatneutral teknisk plattform.

Detta är ett mål som ska vara förverkligat till slutet av 2021. Under 2019 gjorde vi betydande framsteg på detta område genom att flytta över stora delar av den tekniska infrastrukturen till plattformen Google Cloud, och under 2020 kommer vi att fortsätta arbetet mot att nå våra mål. Google ser till att 100 procent av den energi som förbrukas i deras globala verksamheter motsvaras av förnybar energi och står därmed fast vid sitt åtagande för koldioxidneutralitet.

-Undersöka hur Storytels fysiska produkter kan bli mer miljövänliga med avseende på produktion, distribution och återvinning.

Detta är ett projekt som inleddes 2019 och fortsätter under 2020. Under 2019 fick vi flera viktiga insikter om hur vi kan förbättra våra produkter ur ett hållbarhetsperspektiv. Arbetet kommer att fortsätta under 2020, och i slutet av året kommer vi förhoppningsvis att kunna presentera ett antal olika initiativ som bygger på våra insikter.

Minska Storytels koldioxidutsläpp: Affärsresor

- Göra våra resor spårbara

Under 2019 har vi kartlagt våra flygresor globalt. Under 2020 kommer vi att förbättra våra rutiner ytterligare och minska mängden felberäkningar genom att införa ett resehanteringssystem som ska användas av alla anställda när de bokar resor.

- Se till att alla i företaget känner till Storytels resepolicy och att den efterlevs

Storytels resepolicy uppdaterades 2019 och spreds sedan brett till samtliga anställda. Den ingår i uppförandekoden, som alla anställda läser innan de börjar arbeta på Storytel, och de påminns också om den under sin introduktion.

- Investera i bättre konferenssystem för alla våra kontor

I början av året genomfördes en undersökning för att se vilka lokala kontor som behövde uppgradera sina konferenssystem. Kort därefter installerades ny utrustning på dessa kontor. Storytel är fast beslutet att säkerställa att mötesrum och konferenssystem håller högsta standard för att undvika onödigt affärsresande.

Minska Storytels koldioxidutsläpp och energianvändning: Verksamhet

-Börja mäta vår klimatpåverkan på koncernnivå

Storytelkoncernen har börjat mäta Storytels och Norstedts påverkan på klimatet, men man har inte hunnit börja med People's Press och nyförvärvade Gummerus än. Under 2020 kommer Storytel att inleda arbetet med att börja rapportera klimatpåverkan på koncernnivå.

- Skapa en global miljöpolicy

En global hållbarhetspolicy togs fram under 2019 och presenterades för de anställda i början av 2020. Precis som alla andra globala policydokument revideras och uppdateras den årligen.

- Öka medvetenheten i organisationen om hållbarhet och klimatförändringar

Under 2019 bjöds samtliga anställda in till ett globalt möte för att lära sig mer om hållbarhet och klimatförändringar av en klimatspecialist. Vi gjorde också hållbarhet till ett metaämne under vår årliga konferens, och detta underströks genom workshoppar och i flera föreläsningar. Vi har också etablerat kommunikationskanaler för att kunna sprida information internt om detta ämne. Det kommer att hållas flera utbildningsmöten under 2020.

Fokusområde

1

Energianvändning och utsläpp från Storytels verksamhet

Totala utsläpp

Totala utsläpp 2019 = 937 tCO₂e*
(ton koldioxidekvivalenter)
2018 = 1,67 tCO₂e per heltidsekvivalent
2019 = 2,32 tCO₂e per heltidsekvivalent
* Location-based

Ökningen av utsläppen per anställd kan till stor del förklaras av det faktum att vi har tagit med fler parametrar i våra beräkningar för 2019. Dessutom ökade antalet anställda år 2019 med 39 procent, och de nya medarbetarna behövde ny utrustning, vilket har tagits med i redovisningen.

Storytel har klimatkompenserat för alla beräknade utsläpp under 2019. 937 ton CO₂e kompenserades genom projektet REDD+ i Khasi Hills i Indien. Detta är ett Plan Vivo- certifierat projekt som bevarar den unika regnskogen i regionen. Förutom att göra nytta för klimatet bidrar projektet till att skydda vattenvägar, främja biologisk mångfald, utbilda och ge nya inkomstmöjligheter till lokalbefolkningen.

Totala utsläpp från elförbrukning och uppvärmning

Totala utsläpp 2019 = 346 tCO₂e
2018 = 0,14 tCO₂e per heltidsekvivalent
2019 = 0,86 tCO₂e per heltidsekvivalent

Siffran för 2018 omfattar endast el och uppvärmning för de svenska och danska kontoren. För 2019 ingår alla kontor runt om i världen i beräkningen.

Totala utsläpp från affärsresor

Totala utsläpp 2019 = 420 tCO₂e
2018 = 1,32 tCO₂e per heltidsekvivalent
2019 = 1,04 tCO₂e per heltidsekvivalent

Storytels resepolicy slår fast att vi bara ska resa när det verkligen behövs. Videokonferenser är förstahandsvalet när vi håller möten med kollegor på andra kontor. Under 2019 höll Storytels anställda fler än 25 000 möten i Google

Hangouts, vilket hade en stor inverkan på minskningen av resandet och tillhörande utsläpp av koldioxidekvivalenter.

25 000 Hangouts-möten totalt = 62 per heltidsekvivalent

Under Storytels årliga konferens flög medarbetare från hela världen till Stockholm för en vecka. Den här veckan är enormt värdefull för Storytel och dess medarbetare, men den har också en stor klimatpåverkan. En anledning till att Storytel lyckades minska affärsresorna under 2019 var att vi drog ned på antalet teamspecifika konferenser, som tidigare var utspridda över året. I stället höll teamen sina konferenser i Stockholm i samband med hela företagets årliga konferens.

Totala utsläpp från IT-utrustning

Totala utsläpp 2019 = 106 tCO₂e
2018 = 0,19 tCO₂e per heltidsekvivalent
2019 = 0,26 tCO₂e per heltidsekvivalent

Ökningen av antalet anställda, särskilt på vår tekniska avdelning, har resulterat i högre utsläpp från utrustningen.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

En utmaning för Storytel i arbetet med att sänka utsläppen från verksamheten är att det inte finns några alternativ för förnybar energi på vissa av Storytels marknader. Det kan också vara svårt att återvinna och hantera avfall på ett hållbart sätt på vissa marknader. Storytel står också inför en stor utmaning när det gäller att styra affärsresor och inköp av IT-utrustning på vissa marknader.

Mål för 2020

- Börja mäta klimatpåverkan på koncernnivå
- Engagera fler medarbetare från ytterligare marknader i det pågående hållbarhetsarbetet
- Fortsätta arbetet med att öka medvetenheten om hållbarhet inom företaget
- Uppmuntra alla chefer att involvera sina team i frågan om hur de kan göra Storytel till ett mer hållbart företag genom sina team och/eller sina roller
- Hjälpa lokalkontor att bli grönare

Fokusområde

2

Påverkan från våra produkter och vår plattform

Som tidigare nämnts har Storytel beslutat sig för att erbjuda en klimatneutral plattform senast 2021. Storytel samarbetar med hållbarhetskonsulter om att göra detaljerade analyser av våra produkter ur ett hållbarhetsperspektiv och identifiera potentiella förbättringar. Under 2020 kommer vi att ha ett starkt fokus på att se till att vår strömningsplattform kan drivas av förnybar och ren energi senast 2021.

Förutom att arbeta för att sänka våra egna utsläpp och vår egen energiförbrukning kan Storytel också påverka andra – både individer och företag – att göra detsamma över hela världen. Storytel har fler än 1 000 titlar om hållbarhet och klimatförändringar som våra användare kan lära sig mer av, och vi ser också att förlagen levererar allt fler sådana titlar. Climate fiction (Cli-fi) växer som innehållskategori, och faktaböcker om personlig utveckling ur ett hållbart perspektiv ökar också i popularitet.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Den största utmaningen är att Storytel måste förlita sig på flera samarbetspartners för att lyckas inom detta område. Det kan vara svårt att få exakt information om energiförbrukning och utsläpp från våra samarbetspartners, eftersom de inte alltid har processer på plats som klarar att samla in och redovisa sådan information.

Mål för 2020

- Fortsätta arbetet med att skapa en klimatneutral plattform senast 2021.
- Utbilda våra användare i hur man konsumerar Storytel och andra strömningstjänster på det mest miljövänliga sättet.

Brain-print

Vårt brainprint – effekten av de berättelser som vi skapar och vårt sätt att distribuera dem

Vi vill vara ett företag som levererar en tjänst och distribuerar innehåll som berikar människors liv. Organisationer som skapar och distribuerar innehåll har en stark position i samhället tack vare innehållets genomslagskraft och möjligheter till påverkan. Eftersom vi vill att Storytels tjänst ska vara en naturlig del av användarnas vardag, arbetar vi hårt med att se till att Storytel erbjuder ett ansvarsfullt innehåll som har stort värde för kunderna.

Uppföljning av våra framsteg sedan förra året

Inspirera människor till att läsa mer

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

Storytel har ett uppdrag som handlar om att släppa berättelser fria över hela världen, så självklart vill vi hitta affärspartners som delar vår passion för ett ökat läsande i samhället. Under 2019 inledde Storytel ett samarbete med Prinsparets stiftelse för dyslexi och startade en bokklubb tillsammans med deras medlemmar.

Släppa lös berättelser över hela världen

- Göra Storytel tillgängligt på fler språk

Under 2019 producerade Storytel över 6 000 ljudböcker på 27 olika språk. Storytel värdesätter på den lokala kulturen och språket, och vi vill göra dessa berättelser tillgängliga överallt så att de kan delas och upplevas över hela världen.

Under 2019 lade vi till exempel till arabiskt innehåll som producerats av Storytel i vår svenska lokala tjänst, och hela vår turkiska katalog är tillgänglig i Tyskland.

- Uppmuntra fler till att skriva sina (första) berättelser

Storytel producerar originalinnehåll och arbetar i nära samarbete med författare för att hjälpa dem att skriva sina berättelser. Under 2019 har Storytel också lanserat initiativ som fokuserat på yngre åldersgrupper för att hjälpa barnen att skriva sina första berättelser. Som exempel lanserades Operation Skriva, som är en podcastserie för barn som vill veta mer om skrivandeprocessen och som hjälper dem att skriva ned sina berättelser. Dessutom har Storytel i samarbete med Kamratposten, Sveriges populäraste tidskrift för barn, lanserat en tävling för barn i åldern 7–15 om att skriva sin egen roman på temat mod. Den vinnande romanen publiceras i Kamratposten och av Storytel.

Fokusområde

3

Kundens mervärde

Storytels uppdrag handlar inte bara om göra böcker mer tillgängliga, utan också om att göra läsningen mer kompatibel med vardagen. Genom att fokusera på att göra berättelser tillgängliga på en digital plattform hjälper vi Storytels prenumeranter att läsa på ett sätt som passar in i en modern livsstil och gör att läsningen känns enkel och underhållande. Upplevelsen av Storytel erbjuder användarna personlig utveckling, omsorg och en känsla av gemenskap som vi kallar meningsfull rekreation. Dessutom kan Storytels app erbjuda en lösning för vardagsproblem som tristess, sömnlöshet och ensamhet.

Vårt varumärkes påverkan kan mätas genom den effekt vi har på människors liv. Den genomsnittliga Storytelanvändaren tillbringar 30 timmar på vår plattform varje månad, vilket innebär att Storytel är en verkligt integrerad del av våra användares vardag. Som prenumerationstjänst måste Storytel hela tiden bevisa sitt värde för användarna. Därför bevakas ett antal olika mått på kundnöjdhet noga för att se till att kunderna är nöjda med tjänsten och vill fortsätta att prenumerera på den.

Under arbetet med att bevaka om Storytels app är värdefull i människors vardag undersöker vi regelbundet om användarna: 1) läser/lyssnar på fler böcker, 2) läser/lyssnar på böcker oftare och 3) har utforskat nya genrer sedan de började prenumerera på Storytel. Cirka 80 procent av våra användare säger att de läser/lyssnar på fler böcker tack vare Storytel, och ungefär lika många säger att de även läser/lyssnar oftare än tidigare. Med andra ord hjälper Storytel sina användare att skapa en vana som innebär att de läser mer regelbundet. Omkring 70 procent av användarna säger att Storytel hjälper dem att utforska nya bokgenrer. På en del marknader säger dessutom våra användare att Storytel har hjälpt dem att bredda sin allmänbildning, till exempel i Ryssland och Turkiet, där 72 procent av användarna säger att så är fallet.

Storytel följer regelbundet upp våra NPS-poäng (hur gärna våra kunder rekommenderar oss) och andra kundupplev-

elsebetyg för att försäkra oss om att vårt värde för kunden är fortsatt högt.

I den nyligen genomförda brittiska studien Audiobooks and literacy fann man att användning av ljudböcker kan hjälpa till att förbättra barns läsförmåga samt deras mentala och emotionella intelligens. Ljudböcker kan stödja utvecklingen av barns emotionella intelligens, bland annat genom att fördjupa deras förståelse för tonfall och olika sätt att tala, men också genom att forskning har visat att det kan framkalla en starkare känslomässig reaktion att lyssna på en mänsklig röst än att läsa en berättelse eller titta på en film. Studien visade också att ljudböcker kan vara effektiva som ett sätt att engagera läsare som är motviliga eller får kämpa med sin läsning. När skriven text upplevs som en barriär kan ljudböcker ge lyssnarna möjlighet att njuta av berättelser som ligger utom deras egen läsförmåga. Det har tidigare visats att det kräver samma kognitiva färdigheter att lyssna på en ljudbok som att läsa tryckt text, och ljudböcker kan på så sätt främja barns språkliga förståelse och förmåga att förstå och minnas information. Sammanfattningsvis visar studien alltså att ljudböcker kan förbättra barns läsförmåga och möjlighet att njuta av läsningen, stödja utvecklingen av deras emotionella intelligens och psykiska välbefinnande samt förbättra läsförståelsen och bredda deras tillgång till böcker.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

För att fortsätta att spela samma viktiga roll för kunderna måste Storytel ständigt investera i att förbättra kundupplevelsen. En annan utmaning för Storytel är att göra berättelser i det längre formatet lika tilltalande för användarna som kortare berättelser, som strömmande video eller poddar, som kan vara lättare att konsumera.

Mål för 2020

- Fortsätta att utveckla en gemenskap kring läsning och berättelser så att vi fortsätter skapa värde för våra användare och författare.

Fokusområde

4

Data security and customer integrity

Våra intressenter anförtror oss sina personuppgifter, och vi gör vårt yttersta för att skydda och lagra deras data enligt lag och på bästa möjliga sätt. Alla som arbetar hos Storytel använder sig av personuppgifter i sitt arbete. Det kan röra sig om uppgifter om anställda, kunder eller affärspartners. Under 2019 genomfördes en riskbedömning i samarbete med samtliga operativa chefer och koncernledningen. Vi arrangerade också en utbildning för hela företaget om vikten av informationssäkerhet för att säkerställa att alla anställda har en grundläggande förståelse om ämnet. Informationssäkerhet är en naturlig del av Storytels informationshanteringsrutiner, och därav följer att vi säkerställer informationens konfidentialitet, integritet och tillgänglighet. Efter utbildningen deltog samtliga anställda i en obligatorisk quiz för att verifiera att de förstått policyn och våra regler. Under 2019 blev skyddet av den personliga integriteten och personuppgifter också en del av introduktionen för alla nyanställda.

Storytels strategi för skyddet av personuppgifter är att få integritetsrelaterade processer och rutiner på plats. Dessa processer och rutiner är en prioriterad och 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 integritetspolicier – en för kundernas uppgifter och en för våra medarbetares. Inga

dotterbolag i koncernen får införa rutiner som strider mot dessa policyer, såvida detta inte krävs enligt landets lagar. Dessutom har varje team inom Storytel sina egna riktlinjer om integritetsskydd för att minska riskerna vid hantering av personuppgifter inom teamets specifika funktion.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Det finns en risk att Storytels snabba tillväxt och expansion kan leda till att vi lägger ned en begränsad tid på att förankra etablerade processer, rutiner och riktlinjer. Storytel måste kontinuerligt identifiera områden där det behövs nya eller anpassade policyer för att skydda kundernas personuppgifter och deras personliga integritet. Storytel måste dessutom hålla sig uppdaterat om nya lagar, förordningar och riktlinjer från myndigheter för skydd av personuppgifter. Storytels närvaro på marknader utanför EU kan också innebära utmaningar, eftersom uppgifterna måste bearbetas både i enlighet med GDPR och dataskyddslagstiftningen i varje enskilt land.

Mål för 2020

- Uppdatera den interna sekretesspolicyn så att vi kan tillhandahålla lättillgängliga och praktiska uppgifter och verktyg för alla medarbetare.
- Identifiera och bedöma följderna av nya dataskyddslag som träder i kraft under 2020, till exempel i Brasilien och Indien.

Ansvarsfullt innehåll

Storytel har ett brett utbud av innehåll. Vår katalog erbjuder en blandning av originalmaterial, som produceras av Storytel på våra lokala marknader, och licensierat innehåll från tredje part globalt. Som innehållsproducent tar Storytel sitt ansvar för de mänskliga rättigheterna, till exempel gällande rätten till utbildning och yttrandefrihet. Genom mångfald och pluralism i innehållet syftar Storytel till att underlätta förståelse för andra och främja empati bland sina läsare.

När Storytel hade genomfört sin första väsentlighetsbedömning framträdde ansvarsfullt innehåll som ett prioriterat hållbarhetsområde. Därför bildade Storytel en innehållskommitté under 2019 för att både kunna arbeta förebyggande och för att kunna reagera på innehållsrelaterade frågor i företagets roller som innehållsleverantör och förlag. Kommittén är ett samarbete mellan ett antal avdelningar i organisationen och har till uppgift att bestämma Storytels syn på innehåll som har rapporterats som explicit eller olämpligt på annat sätt för tjänsten. Medlemmarna i kommittén träffas en gång varannan månad, eller oftare om det behövs, och leds av Storytels Head of Content. Bland de avdelningar som är representerade finns juridiska avdelningen, kommunikationsavdelningen, kundsupporten, CRM och lokala landschefer när en fråga är lokal. Under 2019 har kommittén förbättrat företagets rutiner för granskning och handläggning av klagomål och bidragit till att minska olika innehållsrelaterade risker. Följande lista visar några av de innehållsrelaterade ämnen som är föremål för granskning i kommittén:

- brott mot upphovsrätten
- sekretessbelagda uppgifter
- geopolitik
- våld, rasism, sexism
- pornografi
- uppmaningar till brott
- anstiftan till laglösa handlingar

Förutom innehållskommitténs arbete med att garantera ett ansvarsfullt innehåll arbetar det globala innehållsteamet också noggrant med att säkerställa att varje titel har rätt uppgifter om medverkande, en registrerad utgivare och korrekt metadata.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Det finns en risk i detta fokusområde för att Storytel inte kommer att ha tillräckliga rutiner på plats för att kunna hantera och övervaka innehållet ur ett säkerhetsperspektiv. Storytel står också inför en utmaning eftersom att man måste närma sig ämnet marknad för marknad för att förstå vad ansvarsfullt innehåll innebär på varje marknad. Storytel kan dessutom oavsiktligt stöta bort olika kundgrupper genom sina innehållsbeslut.

Mål för 2020

- Fortsätta arbetet med att förbättra Storytels rutiner för hantering och övervakning av rapporterat innehåll.



Finger- print

Vårt fingerprint – den effekt som vi har på våra medarbetare, affärspartners, investerare och samhället i stort

Vi vill vara ett företag som människor har stor nytta av att jobba med och/eller för. Vårt fingerprint är vårt DNA och berättar vilka vi är som organisation. Företagskulturen på Storytel uppmuntrar engagemang, nytänkande, samarbete, öppenhet, ett kundcentrerat synsätt och en icke-hierarkisk stämning. Vi tror på fair play och vill vara ett företag som alla vill arbeta för och tillsammans med. Integritet värderas högt och respekt mot våra affärspartners är något som är självklart för oss. Vi vill att våra samspel med människor – medarbetare, affärspartners, investerare och kunder – ska vara konstruktiva och värdefulla för dem.

Uppföljning av våra framsteg sedan förra året

NPS-poäng bland anställda: hålla kvar poäng över 50

- Se till att alla på Storytel förstår vår uppförandekod och följer den

Vi introducerar vår uppförandekod under rekryteringsprocessen, och under året följer vi upp hur väl den förstås i hela organisationen. Vi ser till att folk vet var den finns, och vi kontrollerar om människor tycker att vi agerar i enlighet med den. Under 2019 lanserade vi ett nytt introduktionsprogram som presenterar Storytels kultur och hur vi fungerar som företag för alla nya medarbetare. Programmet är viktigt för att säkerställa att alla medarbetare vet vad som förväntas av dem och vad de kan förvänta sig från Storytel.

- Starta ledarskapsutbildningar på flera nivåer i organisationen

Ett viktigt fokusområde för Storytels ledning och HR-team är att arbeta tillsammans för att se till att ledarna inom organisationen är väl förberedda för att leda sina grupper. Under 2019 skapade vi Storytel Leadership Principles, Storytels ledarskapsprinciper, som beskriver vad vi förväntar oss av våra ledare. Vi har också initierat ett ledarskapsprogram för förstagångschefer för att bättra stödja våra kollegor som har påbörjat sina första ledaruppdrag. Vi kommer att fortsätta med ledarskapsutbildning för alla våra chefer under 2020.

- Skapa utvecklingsplaner för Storytels medarbetare

På Storytel vill vi att utveckling och lärande ska vara en naturlig del av vårt dagliga arbete. Under 2019 lanserade vi Development at Storytel (utveckling på Storytel), en plan som beskriver hur Storytel ser på medarbetarutveckling och vad som förväntas av medarbetarna. Vi kommer att använda denna plan som ett ramverk när vi talar om medarbetarutveckling under hela året och under resultatgranskningar. Vi kommer att fortsätta att utveckla denna

plan under 2020 för att hjälpa medarbetarna att utvecklas, växa och göra sitt bästa.

Odla 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

Under hela 2019 har vi gjort efterforskningar och samlat in förlagsfeedback om hur Storytel kan förbättra sin nuvarande nätportal genom att lägga till uppgifter om konsumtionen för förlagen. Vårt mål är att skapa ett nytt verktyg som baseras på förläggarnas krav, och det kommer att lanseras under kv2 2020. På Storytel strävar vi efter att vara transparenta om data och information. Den nya versionen av Storytels portal ska uppdateras kontinuerligt och utvecklas så att den passar våra innehållspartners behov. Vi uppdaterar vår företagspresentation för tredjepartsförlag två gånger om året, och i den senaste versionen har vi tagit med viktiga uppgifter om konsumtionen från 2019, som konsumtion baserat på lokala språk, publiceringsdatum och tid på dagen.

- Införa vår nya tidsbaserade ekonomiska modell för att säkerställa att förlagen får en mer rättvis ersättning

Under 2019 introducerade vi och överförde de flesta av våra globala tredjepartsförlag till Storytels nya ekonomiska modell. Vi tror att denna modell kommer att säkerställa ekonomisk hållbarhet för Storytels växande tjänst, så att vi kan fortsätta att öka förlagens intäkter. Konsumenterna byter konsumtionsmodell från ägande till tillgång, och Storytel anser att intäkterna också ska återspegla detta nya beteende. Den tid som ägnas åt läsning är med andra ord av avgörande betydelse för alla författare och förlag som vill behålla sin verksamhet i den digitala tidsåldern.

Mångfald och inkludering

Storytel vill vara en arbetsgivare som representerar sunda värderingar och erbjuder en trygg miljö där alla kan vara den de vill vara. Storytel värdesätter skillnader, och alla har rätt till samma möjligheter och likabehandling. Våra medarbetare kommer från platser över hela världen, och vi välkomnar människor oavsett kön, identitet, funktionsvariation, sexuell läggning, etnicitet, ålder, religion eller annan tro. Vi har en stark tro på att människor som känner sig trygga och kan vara sig själva är lyckligare och mer produktiva. Storytels mål är att vara en arbetsplats som präglas av mångfald där vi kan utvecklas och lära av varandras olikheter.

Under 2019 presenterade Storytel sin plan för mångfald i organisationen. Planen tar upp ämnen som arbetsvillkor, lönerutiner, rekrytering och befordran, utbildning och kompetens, utveckling och balans mellan arbete och föräldraskap. Varje år kartlägger vårt HR-team och trygghetskommittén medarbetarnas löner för att upptäcka eventuella löneorättvisor.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Det finns en risk att man inte investerar tillräckligt för att skapa en arbetsplats som präglas av mångfald och inkludering. Storytel skulle till exempel kunna misslyckas med att vara en attraktiv arbetsgivare för olika grupper och som resultat missa de affärsmässiga fördelarna med att ha en arbetsstyrka som bygger på mångfald. Mer specifikt kan Storytel misslyckas med att rekrytera kvinnor till tech och internationella talanger.

Mål för 2020

- Öka medvetenheten bland chefer om fördelarna med att ha en mångfald bland medarbetare och i teamen samt om vilka åtgärder som chefer kan vidta för att förverkliga sådana fördelar.
- Förbättra processen för internrekrytering och befordringar för att skapa lika möjligheter för alla.
- Attrahera och rekrytera fler kvinnor till vår utvecklingsavdelning.



Fokusområde

7

Medarbetarnas arbetsvillkor

På Storytel börjar allt med våra medarbetare. Utan dem skulle vi inte kunna nå våra mål. Det är därför särskilt viktigt att vi skapar bästa möjliga förutsättningar för att våra anställda ska kunna utvecklas i arbetet. För att långsiktigt lyckas behålla vår goda arbetsmiljö arbetar vi nära tillsammans med vår trygghetskommitté, 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 fastslås av Arbetsmiljöverket. En global arbetsmiljöpolicy arbetades fram under 2019 och presenterades i början av 2020. I policyn beskrivs den arbetsmiljö som Storytel vill erbjuda och vilket uppträdande och ansvar som förväntas av varje medarbetare.

Det mesta av vårt arbete sker i en kontorsmiljö, och risken för personskador är ganska låg. Vår utmaning är i stället kopplad till hög arbetsbelastning och stress. Antalet fall av stressrelaterade sjukdomar växer i samhället som helhet, och vi vill och kommer att behöva arbeta mycket hårt med att göra Storytel till ett undantag. Eftersom vi är ett konstant växande företag med medarbetare som är engagerade och gärna gör det där lilla extra, finns det en risk att den positiva stressen kan förvandlas till destruktiv stress. Med hjälp av regelbundna undersökningar mäter vi stressnivån inom företaget i allmänhet och bland våra olika team. Pulsmätningarna ger upphov till en kontinuerlig diskussion och dialog mellan medarbetare, HR-avdelning och chefer. Vi gör vårt bästa för att skapa en arbetsmiljö som gör att de anställda kan hitta en bra balans mellan arbete och fritid.

En annan viktig förutsättning för att medarbetarna ska trivas är ett gott ledarskap. Storytel har vuxit snabbt från att vara ett litet startupföretag till att ha över 400 anställda utspridda över hela världen, vilket ökar behovet av ett gott ledarskap. Vi har ledarskapsforum där chefer kan dela med sig av sina bästa tips och lära av varandra, och under 2019 började Storytel mäta Net promoter score för ledare (LNPS)

inom organisationen. För närvarande är Storytels LNPS lägre än medarbetar-NPS (ENPS), men den långsiktiga ambitionen är att båda värdena ska ligga över 50.

Alla medarbetare på Storytel har ett årligt medarbetarsamtal med sin chef för att utvärdera prestation och utveckling och sätta upp individuella mål. Detta är en vital del av allas lärande och utveckling inom organisationen, och medarbetare och chefer förväntas reflektera över både kort- och långsiktig utveckling på Storytel. Tyngdpunkten under samtalet ligger på dialogen. De anställda uppmuntras att lämna feedback och berätta om önskningar och behov.

84% av medarbetarna håller med om att de ska ges möjlighet att växa och utvecklas.

83% av medarbetarna säger att de har fått nya ansvarsområden under de senaste tolv månaderna.

Det är dock bara cirka 60% av medarbetarna som säger att de får den utbildning de behöver för att kunna växa och utvecklas. Under 2020 kommer Storytel att arbeta med att förbättra denna siffra genom att skapa utvecklingsplaner och utbilda sina ledare i coachning.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Snabb tillväxt och expansion kan göra det svårt att säkerställa att arbetsförhållandena lever upp till Storytels normer på alla lokala kontor. En annan viktig utmaning är att Storytel kan drabbas av en högre personalomsättning om medarbetarnas lärande och utveckling inte prioriteras tillräckligt högt.

Mål för 2020

- Bevara vår ENPS vid 50+
- Öka vår LNPS till 50+
- Skapa fler möjligheter för lärande och utveckling för alla medarbetare

Fokusområde

8

Etiska affärsmetoder

Ett centralt styrdokument för etiska affärsmetoder som vi använder är vår uppförandekod, och vårt HR-team hjälper medarbetarna att följa den. Storytel har också ett visselblåsarsystem som hjälper till att säkerställa att medarbetarna kan rapportera oetiskt beteende utan rädsla för negativa följder. Som ytterligare ett viktigt steg i arbetet med att säkerställa att Storytels affärsmetoder är etiska utökades uppförandekoden 2019 så att den nu även innehåller ett avsnitt om att välja affärspartners på objektiv grund. Medarbetare får inte delta i verksamheter där det finns en intressekonflikt, och de måste berätta om sådana intressekonflikter för sin närmaste chef.

Våra policyer och deras efterlevnad inom Storytel

Storytel initierade ett policyprojekt under 2019 och hade

vid årets utgång lagt fram flera nya globala policyer. Dessa policyer är avgörande för att säkerställa efterlevnaden av våra regelverk inom organisationen, och dessutom hjälper de Storytels medarbetare att handla etiskt och i överensstämmelse med uppförandekoden. Varje global policy har en ägare och revideras årligen – eller oftare om det behövs.

Alla nya anställda förväntas läsa och förstå uppförandekoden och Storytels globala policyer under anställningens första veckor. Under 2019 införde Storytel ett program för etiska affärer, och detta är nu en del av introduktionen för alla nyanställda. Under 2020 kommer detta program och tillhörande policyer att omvandlas till riktlinjer för att medarbetarna ska kunna fördjupa förståelsen för reglerna och för att ytterligare försäkra oss om att regelverket följs.

Policy	Syftet med policyn
Uppförandekod	Denna policy beskriver hur vi bedriver vår verksamhet, tar hand om Storytels tillgångar, hanterar konfidentiell information och behandlar varandra, kunder, konkurrenter och partners.
Global arbetsmiljöpolicy	Denna policy beskriver målen för Storytels arbetsmiljö och anger hur Storytel förväntar sig att varje anställd ska agera och vad Storytel förväntar sig att de ska ta ansvar för.
Hållbarhetspolicy	Syftet med policyn är att tydligt beskriva hur Storytel ser på hållbarhet och fungera som en vägledning för alla anställda så att de kan fatta rätt beslut i det dagliga arbetet och när de samarbetar med externa partners.
Risk- och efterlevnadspolicy	Denna policy beskriver Storytels processer för att identifiera, bedöma och hantera risker, vilka riskkategorier som Storytel är utsatta för och hur riskhanteringsprocessen (identifiering, bedömning, begränsning och rapportering av risker) fungerar.
Policy om informationssäkerhet	Denna policy beskriver informationssäkerhetens mål, ansvarsområden, organisation och implementeringsverktyg. Dessutom beskrivs de allmänna principerna för övervakning och kommunikation.
Insider- och kommunikationspolicy	Denna policy beskriver grundläggande principer, lagar och förordningar, vilka personer som omfattas, metoder för hantering och eventuellt handlande i samband med känslig information. Policyn har som syfte att vägleda personer som hanterar insiderinformation för att förhindra överträdelse av regler och bestämmelser.

Korruption och konkurrensbegränsande handlingar

Storytel tror på fair play och som ett bidrag för att branschen som helhet ska kunna blomstra vill Storytel vara en etisk aktör på marknaden. 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 branschen och världen som helhet. Storytel samarbetar med flera olika aktörer på marknaden – allt från förlag till mobiloperatörer. Vi väljer våra samarbetspartners med utgångspunkt i förtroende, inte bara förtroende för deras verksamhet, utan också utifrån deras företagsvärderingar och deras förmåga att uppträda ärligt på marknaden.

Storytel följer lokala lagar mot mutor och korruption på alla marknader, och vi tror att konkurrens skapar en bättre marknad för våra kunder. 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. Storytels uppförandekod föreskriver nolltolerans mot 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. Det förändrade landskapet har höjt risknivån för koncernen och dess bolag, inte bara i termer av en högre risk för att något kan inträffa på dessa marknader, utan också risken för att olika kulturer har skilda uppfattningar om vad som utgör både korruption och normal affärspraxis. För att mildra dessa risker har Storytel vidtagit flera åtgärder under 2019. Exempelvis har Storytel anställt sin första chef för regel efterlevnad (compliance officer), och denna person har arbetat fram det ovannämnda programmet i nära samarbete med relevanta interna intressenter på Storytel och därigenom bidragit till att öka den totala medvetenheten om uppförandekodens betydelse. Storytel har även arrangerat en föreläsning under 2019 för att alla medarbetare skulle få tillfälle att diskutera korruption och konkurrensbegränsande beteende.

Skydd av immateriella rättigheter

På Storytel bidrar allt arbete med immateriella rättigheter till att skapa en solid grund som hjälper företaget att blomstra. Storytel har som mål att göra ett tydligt avtryck inom branschen för strömmat innehåll. Vårt sätt att bidra är att skapa och utnyttja immateriella tillgångar som baseras på de tjänster och produkter vi skapar och hanterar. Storytel tar på ett fast och konsekvent sätt ställning mot handlingar

som innebär överträdelser av våra immateriella rättigheter. Vi samarbetar med branschorganisationer och är anslutna till flera branschrelaterade sammanslutningar för att hålla oss informerade om 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. Respekten för immateriella rättigheter och skyddet av dem är utomordentligt viktigt för Storytels verksamhet, och detta är något vi prioriterar i alla marknader.

Storytels processer och tvärfunktionella samarbete säkerställer att vi har en hög och tillfredsställande skyddsnivå för immateriella rättigheter och att vi har ett ramverk på plats som klarar att hantera både interna och externa rättigheter. Alla våra medarbetares mångsidiga kvalifikationer och erfarenheter på det immaterialrättsliga området gör att Storytel kan hålla en hög kunskapsnivå och en stark respekt för immateriella rättigheter i hela koncernen. För att säkerställa att detta består arrangerar Storytel utbildningar som inriktar sig särskilt på varumärkesarbete och upphovsrätt.

Viktiga utmaningar inom detta fokusområde

Det finns en risk att bristande kunskap om uppförandekoden och övriga globala policyer oavsiktligt skulle kunna leda till oetiska affärsmetoder. Det finns en risk att en medarbetare hos Storytel, beroende på bristande kunskap eller annat, 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. Dessutom kan den breda och tvärfunktionella hanteringen av upphovsrättsrelaterade frågor, som är en del av Storytels kärnverksamhet, leda till oavsiktlig inkonsekvent hantering av upphovsrättsrelaterade frågor.

Mål för 2020

- Fortsätta att se till att alla medarbetare under introduktionen får kännedom om vår uppförandekod och andra interna globala policyer och regelverk.
- Arbeta fram och införa riktlinjer om mutor och korruption som tydliggör Storytels nolltolerans mot mutor och andra beteenden som kan ses som otillbörlig påverkan samt ge några konkreta exempel på vilka beteenden som är tillåtna och vilka som inte är det när man representerar Storytel.
- Anta en bred ny IP-strategi med fokus på upphovsrätt och varumärken.

Framåtblick

Storytels vision är att göra världen till en mer empatisk och kreativ plats där fantastiska berättelser kan delas och upplevas var som helst, när som helst och av vem som helst. För att Storytel ska kunna fortsätta att leverera i enlighet med detta löfte måste vår tillväxt vara både hållbar och förenlig med våra finansiella mål. För oss har hållbar tillväxt tre dimensioner: miljömässiga, ekonomiska och sociala. Innebörden av dessa dimensioner är att vår affärsmodell bör bevara miljön och samtidigt vara hållbar för författare, förläggare, kunder och Storytel och dessutom vara ansvarsfull gentemot medarbetare, partners, investerare och andra intressenter. I takt med att Storytel växer i termer av både anställda och kunder blir en solid ledningsstruktur

allt viktigare. Som beskrivs i denna rapport har Storytel tagit flera viktiga steg under 2019 mot en hållbar tillväxt genom ett förstärkt regelverk och kontrollmekanismer. Storytel har en stark företagskultur och kan tacka sina medarbetare för mycket av tillväxten. Storytels företagskultur, som beskrivs i uppförandekoden, är kanske den viktigaste säkerhetsmekanismen som skyddar Storytel mot tjänstefel och som fortsätter att styra företaget mot en hållbar tillväxt. Eftersom 97 procent av Storytels medarbetare säger att de är villiga att ändra sitt beteende om det kan bidra till att göra Storytel till ett mer hållbart företag, är vi övertygade om att vi kommer att fortsätta att göra framsteg och nå våra hållbarhetsmål 2020.

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 2019 på sidorna 36-65 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 1 april 2020
Ernst & Young AB

Alexander Hagberg
Auktoriserad revisor

