

◆ • *

ESG-beleid

Abovo Maxlead

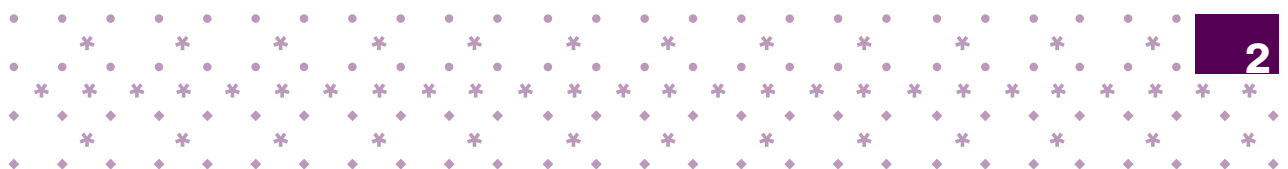
2023





Inhoudsopgave

Abovo Maxlead: Why, how, what?	3
Abovo Maxlead in getallen	5
Abovo Maxlead ESG-rapport	7
Onze visie en strategie	8
De materialiteitsmatrix	8
De 7 pijlers, het doel en hoe?	10
Ons impact model	11
De acties	13
Het AM Maatschappelijk event 2022	15
De data	16





Abovo Maxlead: Why, how, what?

Abovo Maxlead zet zich in voor gelijke bereikbaarheid van media-inzet. Wij helpen organisaties om in relevant contact te komen met hun doelgroepen. Met een combinatie van creativiteit, data en media inzet helpen wij onze klanten om hun rol te nemen in een duurzame samenleving.

Deze overtuiging ligt aan de basis van onze purpose en missie:

Purpose

In een vrije wereld speelt communicatie een essentiële rol. Dat betekent dat vrijheid van meningsuiting van groot belang is. Dit geldt voor mediapartijen die een gezond businessmodel moeten hebben om hun content vrij te kunnen maken. Dit geldt ook voor merken die vrijheid van hun commerciële communicatie moeten hebben. Wij als Abovo Maxlead helpen de markt daarin door met beste media, content en performance aanpak partijen aan elkaar te verbinden.

Missie

Impact maak je samen. Door onze expertise op marketing & media kunnen wij merken helpen om grip te krijgen op de klantenreis van hun consumenten. Door de meest effectieve en efficiënte aanpak te kiezen, zorgen wij dat beschikbare middelen optimaal worden ingezet.

Mentaliteit

Wij dagen onze klanten graag uit. Wij werken dus ook graag voor de uitdagers van de status quo. De nieuwe groeimerken die het op een andere manier willen doen. Zij die de marktleiders challengen. Bij ons werken dus ook uitdagers. Eigenzinnige professionals die met een kritische en onafhankelijke blik onze klanten bijstaan.

Motto

Abovo Maxlead daagt je uit.

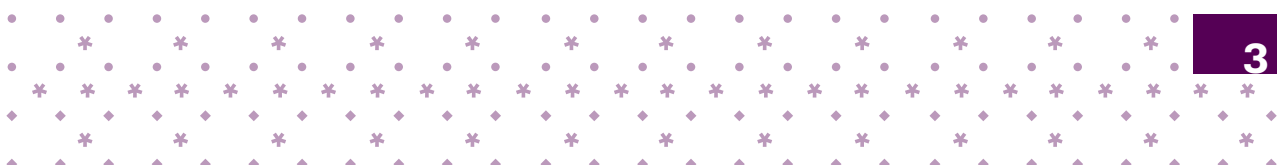
Visie op duurzaamheid

Voor onze klanten is duurzaamheid een steeds grotere en dus ook belangrijker uitdaging. Wij zien het als onze rol om hen daarin naar een hoger kennisniveau te brengen. Soms strategisch, soms tactisch en soms ook heel operationeel. Deze aanpak resulteert er ook in dat veel duurzame merken de weg naar ons weten te vinden en onze expertise gebruiken voor meer impact.

**VIV
ERA**

H2
missieH2.nl

FAIRPHONE





Kernwaarden

Ondernemend	We denken vooruit, omdat we urgentie voelen. We handelen, omdat er actie nodig is. We denken aan de bottom-line, want er moet geld verdiend worden.
Lef	Zonder lef maak je geen stappen. Als je wilt groeien, moet je een offensief marketingspel spelen. Soms met een uitglijder, maar dan sta je weer op en knok je door.
Plezier	Een fijne sfeer en plezier in werk zet werknemers in hun kracht. De positieve energie die dat oplevert, geven we door aan onze klanten.
Kritisch	Een klant heeft geen behoefte aan een ja-knikker en vraagt juist om een scherpe en kritische mening.

SDG's

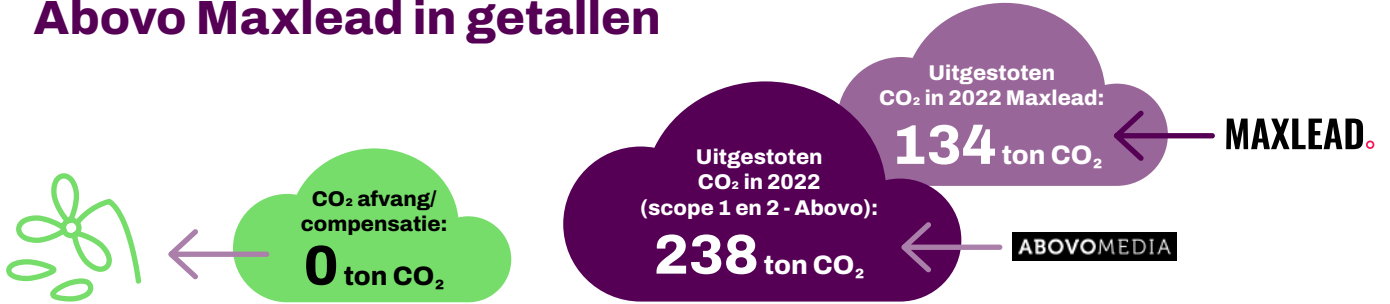
Abovo Maxlead streeft naar een zo breed mogelijke bijdrage aan de 17 SDG's van de Verenigde Naties.

De SDG's 4, 8, 10 en 17 zijn de speerpunten van Abovo Maxlead. Op deze SDG's kan Abovo Maxlead vanuit onze rol in het systeem de meeste impact maken.





Abovo Maxlead in getallen



Duurzaamheid in werk

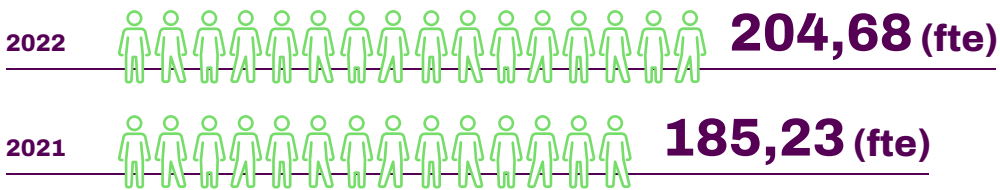
Ons doel is, door onze rol als Challenger, onze expertise te gebruiken om te innoveren met media, data en creativiteit naar gezond ondernemerschap, voor en met onze klanten.



Duurzaamheid in onze cultuur

Ons doel is het bevorderen van een inclusieve cultuur die een afspiegeling is van de gemeenschap, waarin iedereen wordt gehoord, met een evenwicht in gender en waarin we met veel plezier samenwerken.

Aantal werknemers per 31 december



In 2022 hebben we veel aandacht besteed aan het welzijn van onze werknemers. Naast de **human capital coach** voor Leadership en MT is er een **coach** aangetrokken voor de trainees en junioren. Op beide locaties is een **vertrouwenspersoon** aangesteld en vond de jaarlijkse **Gallup** plaats voor het toetsen van de werknemersbetrokkenheid.

	Totaal Abovo Maxlead		Leadership Abovo Maxlead		MT Abovo Maxlead	
2022	♂ 115	♀ 112	♂ 21	♀ 16	♂ 6	♀ 1
2021	♂ 98	♀ 109	♂ 23	♀ 20	♂ 7	♀ 0

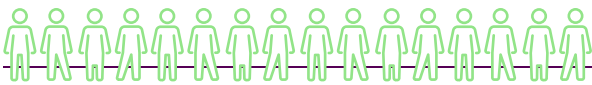


Parttime



110

Fulltime



117

Vast



147

Tijdelijk



80

Stages 2022



14

Verzuim 2022



2,47%



Abovo Maxlead ESG-rapport

Met veel plezier nemen we je mee in ons ESG-rapport van 2022. In 2022 maakte AM een flinke omzetgroei door én hebben we een flink aantal purpose driven klanten aan ons weten te binden. We hebben flinke stappen gezet op onze environmental, social en governance goals in combinatie met onze commitment aan een viertal SDG's. Met corona nog steeds in ons achterhoofd, heeft het team op flexibele en veerkrachtige manier (samen)gewerkt, op kantoor, bij de klant of thuis.

2022 was het jaar van de urgentie. De urgentie om eens goed na te denken over onze plek in de maatschappij, goed na te denken over de ambitie die we hebben en de doelen die we willen nastreven. De urgentie om te luisteren naar de behoefte en verwachtingen van onze klanten en medewerkers, om ambitieuzer te zijn dan compliant. Tot slot de urgentie om keuzes te maken waarmee we piketpaaltjes slaan als bureau van de toekomst.

Kijkend naar onze ambities voor de aankomende jaren gaan we grote stappen zetten op het verminderen van onze footprint op het gebied van CO2 uitstoot en afval reductie. We dagen onze klanten uit over dit onderwerp en stellen onze expertise ter beschikking om klanten te helpen hun duurzame doelen te verwezenlijken. We gaan de samenwerking aan en geven verdieping aan onze SDG's. En we zetten stappen op het gebied van modern werkgeverschap om de hoge betrokkenheid van ons team te behouden. Ook blijven we invulling geven aan onze academies om nieuwe collega's uit te laten groeien tot ervaren specialisten.

Tegen het einde van 2023 willen wij onze capaciteiten en ervaringen inzetten om onze klanten uit te dagen bij hun inspanningen op het gebied van duurzaamheid, waarmee wij onze impact in onze maatschappij en in de wereld maximaliseren.





Onze visie en strategie

Wij maken marketing en media bereikbaar voor alle ondernemers en organisaties. Wij geloven dat deze krachtige middelen kunnen bijdragen aan de duurzaamheidstransitie.

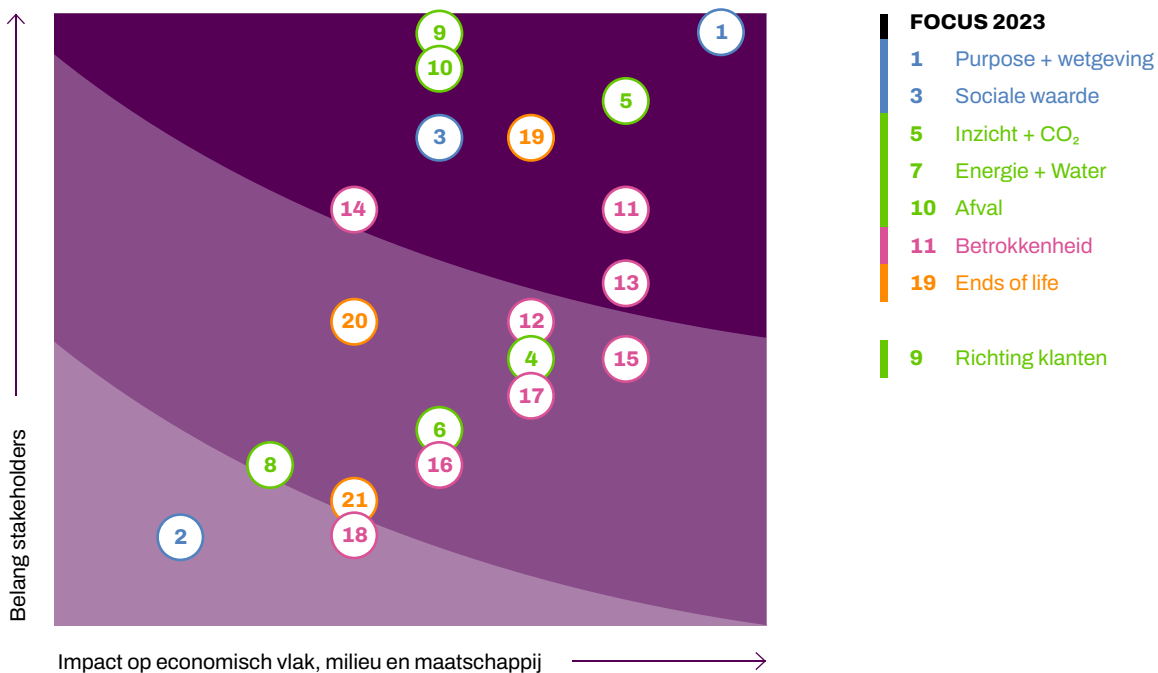
Ons doel is om een duurzame organisatie op te bouwen die onze klanten ondersteunt met het leveren van marketing- en media-oplossingen om gezond ondernemerschap te realiseren en te vergroten.

Onze duurzame strategie is gebaseerd op onze eigen mogelijkheden om impact te maken, de opinie van onze stakeholders (gecombineerd in de materialiteitsmatrix) en onze bijdrage aan de Sustainable Development Goals (SDG's) ontwikkeld door de Verenigde Naties.

De materialiteitsmatrix

De materialiteitsmatrix communiceert de focus in ons duurzaamheidsbeleid. Het biedt een overzicht van de hoog-materiële duurzaamheidsthema's – de voor ons essentiële thema's – waaraan AM prioriteit geeft.

De verticale as geeft aan hoeveel belang stakeholders hechten aan onderwerpen en de horizontale as toont de impact van onderwerpen op economisch vlak, milieu en maatschappij. Hiermee heeft AM de duurzaamheidsonderwerpen die wij en onze stakeholders het belangrijkste achten, geïdentificeerd en geprioriteerd.





De matrix leidt tot 7 pijlers om onze duurzaamheidsinspanningen voor 2023 op te richten

1 **Purpose en wetgeving** verplicht ons om allereerst te handelen naar de huidige wet- en regelgeving.

2 AM's ambities liggen verder dan om allereerst te handelen naar de huidige wet- en regelgeving. Dat uit zich in onze visie, strategie en SDG's waarmee we invulling gaan geven aan onze **sociale waarden**.

3 **Inzicht en CO₂** ontstaat door het ontsluiten van data. Data op het gebied van CO₂ uitstoot in scope 1 en 2 creëert mogelijkheden om met science based targets (SBT) doelstellingen te formuleren. En geeft ons handvatten om te voldoen aan de rapportageverplichting woon-werkverkeer per 1 juli 2023.

4 **Energie en water** is een pijler die door de huidige energie- en watercrisis veel aandacht behoeft en waar structurele stappen op moeten worden gemaakt. Door de energiecrisis rijzen de kosten de pan uit en de waterschappen voorspellen een drinkwatertekort in Nederland per 2023. AM pakt hierin haar verantwoordelijkheid.

5 **Afval** kent binnen AM vele stromen (bv. chemisch, papier, vertrouwde documenten, plastic, organisch, glas etc.). Toekomstige samenwerkingen verlangen een drastische reductie.

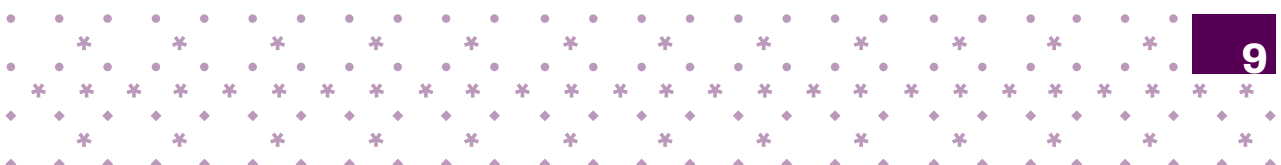
6 Naast reduce focust AM zich op recycle bij inkoop en **Ends of life** in samenwerking met stichtingen en non-profit organisaties.

7 De **Betrokkenheid** van ons team is cruciaal voor het bereiken van doelen binnen een goed presterende organisatie. AM biedt het team de mogelijkheid actief bij te dragen aan onze waarden en duurzame doelen.

8 Uit de matrix zijn pijlers geïdentificeerd die veelal intern gericht zijn. Pijlers die op kortere termijn ervoor zorgen dat het **'eigen huis op orde'** wordt gebracht. Een duidelijk gedefinieerde 8e pijler.

9 Nr. 9, **interactie met klanten over duurzaamheid**, is op langere termijn dé pijler waarmee AM de grootste impact kan maken en wordt vanaf 2024 dé prioriteit.

Wij hebben ambities vastgesteld voor elk van onze strategische pijlers. Daarnaast gebruiken we de audit van Ecovadis om AM op een nog veel breder en duurzaam vlak te verduurzamen.





De 7 pijlers, het doel en hoe?

Purpose en wetgeving en sociale waarden

- Het doel:** Naast compliancy, invulling geven aan onze visie en missie; langdurige samenwerkingen met onze klanten en relaties die ondersteunend bijdragen aan gezond ondernemerschap. Met eigen team en partners impact maken door invulling te geven aan onze SDG's.
- Hoe:** Door onze milestones en failures te delen, in gesprek raken met onze klanten en elkaar uitdagen de weg te bewandelen. Partnerships aangaan met goede doelen/stichtingen, ruimte geven aan het team voor vrijwilligerswerk en het AM social event inzetten voor het maken van impact.

Inzicht en CO₂

- Het doel:** In 2030 moet Nederland, en dus ook AM, 55% (streven 60%) minder broeikasgassen uitstoten vergeleken met 1990. In 2050 wil Nederland klimaatneutraal zijn. Als peiljaar voor de 0-meting hanteert AM 2019.
- Hoe:** Science based targets opstellen voor scope 1 en 2 met als uitgangspunt 60% reductie in 2030.

Energie en water

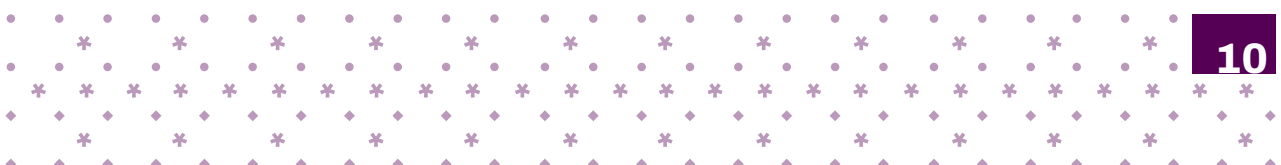
- Het doel:** Door middel van investeringen in technologie de huidige energiecrisis en periodes van waterschaarste (voorspeld tekort in 2030) het hoofd bieden waarmee veel impact wordt gemaakt op economisch- en milieugebied.
- Hoe:** Al dan niet met de pandeigenaren plannen ontwikkelen op het gebied van het klimaatstelsel, zonnepanelen, groene energie en regenwatersystemen.

Afval en Ends of life

- Het doel:** Een zero waste organisatie in 2030 met een recycle netwerk voor afgeschreven inventaris en hardware.
- Hoe:** Door alle afvalstromen en hoeveelheden in kaart te brengen, ontstaat er bewustwording. Jaarlijkse doelen stellen, intern delen, actief over updates en afvalstromen afvangen door samenwerkingen met partijen die de stroom overnemen als grondstof. Daarnaast een duidelijke recycle cultuur ontwikkelen van gebruikte en afgeschreven inventaris en hardware.

Betrokkenheid

- Het doel:** Betrokkenheid van het team verhogen, verloop beteugelen en een interessante werkgever zijn waar men zich graag aan verbindt.
- Hoe:** Door duidelijkheid te geven over de doelen van de organisatie en de cultuur waar AM voor staat, ontstaat een gevoel van verbondenheid. Collega's krijgen ruimte om hier wezenlijk aan bij te dragen.





Ons impact model

Input

Onze mensen

227 medewerkers
 Nederland
 ♂ 50,66% ♀ 49,34%

Onze resources

	Hoorn	Oegstgeest
Grijs	98.479 Kwh	70.919 Kwh
Gas	12.578 m³	18.548 m³
Water	713 m³	130 m³

Ons kapitaal

0,0176 % van inkomsten
 geïnvesteerd in onderzoek
 en training

Onze relaties

Klanten
 Business Partners
 Goede doelen

Business model

Onze visie

Media for all:
 AM zorgt voor gelijkheid
 in bereikbaarheid van
 media-inzet

Onze missie

Samen met klanten, de
 communicatie via media
 inzetten voor gezond
 ondernemerschap

Onze strategie

Eigen challenge:
 • CO₂ en Afval reductie
 • Energie- en watermanagement
 • Compliancy en SDG's

Klant challenge:
 • Gezond ondernemerschap

Output

Onze mensen

14 stagiaires
 2,47% verzuim 2022
 1200 uur training en opleidingen
 792 uur vrijwilligerswerk

Onze resources

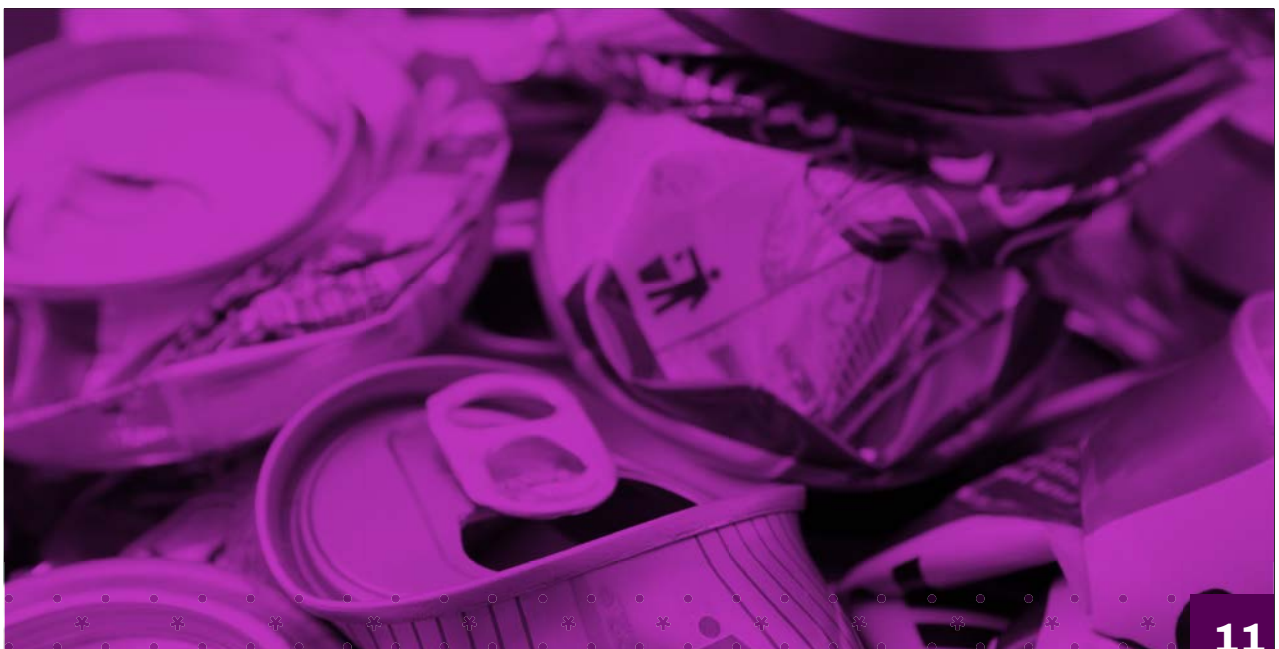
66% afval gescheiden
 197 ton CO₂ emissie Abovo Media
 0% groene stroom inkoop
 0% eigen opgewekte stroom

Ons kapitaal

155,4 K omzet
 0,00002123%
 van de omzet en
 234 uur gedoneerd
 aan goede doelen

Onze relaties

Projecten voor onze klanten
 Projecten For Good





Lange termijn waarde

Purpose en wetgeving

AM moedigt haar collega's aan deel te nemen aan het DWDG-Team. In het DWDG-Team geven we actief invulling aan de verplichte wet- en regelgeving en zoeken we naar technologieën om hierop vooruit te lopen. Wij dragen ieder jaar structureel bij aan onze SDG's.



Inzicht en CO₂

Wij monitoren onze CO₂ uitstoot en zetten stappen om deze te verlagen. Als uitgangspunt hanteren we 2019 en werken toe naar een 60% reductie in 2030 als voorloper op een CO₂ neutrale organisatie in 2050.



Betrokkenheid en sociale waarden

“Wij moedigen onze collega's aan zich te ontwikkelen, in en buiten onze organisatie, en faciliteren een omgeving voor andere voor hun ontwikkeling. Het stimuleren van een maatschappelijke bijdrage vergroot de betrokkenheid en het gevoel van zingeving.

Wij doneren jaarlijks in tijd, kennis, gereduceerde tarieven en geld aan purpose driven klanten, projecten en goede doelen. Wij laten dit % meegroeien met de marge en het aantal fte.

Wij werken voor 1400 klanten. Door het uitdragen van onze duurzame waarden trekken we purpose driven klanten aan. Onze focus is het jaarlijks verhogen van het % projecten For Good met 5%.”



Energie en water

Wij dragen actief bij aan de energietransitie door de overstap te maken naar groene stroom. Daarnaast gaan we de aankomende jaren investeren in eigen opgewekte energie. Wij gaan de problematiek rond de aanstaande waterschaarste op de agenda zetten en wij onderzoeken hoe wij hieraan een positieve bijdrage kunnen leveren.



Afval en End of life

Wij registreren onze (gescheiden) afvalstromen en werken toe naar een zero waste organisatie. Voor afgeschreven meubilair, hardware, etc. ontwikkelen wij recycle initiatieven door samenwerking met stichtingen en goede doelen. Bij verbouwingen en inkoop van materialen wordt gekozen voor duurzame en/of herbruikbare grondstoffen.



AM streeft naar een brede bijdrage aan de SDG's d.m.v. onze duurzame strategie. Door communicatie over onze duurzaamheidsstappen kunnen klanten en hun consumenten worden aangemoedigd hun bewustzijn te verhogen wat essentieel is voor de gedragsverandering voor het bereiken van de 2030 doelen van de SDG's.



De acties

Purpose en wetgeving

 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	 <p>TARGET 8-6 PROMOTE YOUTH EMPLOYMENT, EDUCATION AND TRAINING</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 8.6 door het aanbieden van (snuffel)stageplekken, het opleiden van trainees in de Academies en het geven van sollicitatietrainingen aan jeugd in achterstandswijken i.s.m. JINC.
 <p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>	 <p>TARGET 10-1 REDUCE INCOME INEQUALITIES</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 10.1 door jeugd uit achterstandswijken in de omgeving van Oegstgeest en Hoorn d.m.v. mentorschap en trainingen een gelijke kans te geven op de arbeidsmarkt waarmee eerlijke economische kansen ontstaan.
 <p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>	 <p>TARGET 10-3 ENSURE EQUAL OPPORTUNITIES AND END DISCRIMINATION</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 10.3 door jeugd uit achterstandswijken in de omgeving van Oegstgeest en Hoorn d.m.v. mentorschap en trainingen een gelijke kans te geven op de arbeidsmarkt waarmee eerlijke economische kansen ontstaan.

Inzicht en CO₂

 <p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p>	 <p>TARGET 11-6 REDUCE THE ENVIRONMENTAL IMPACT OF CITIES</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 11.6 door actief beleid op het reduceren van de CO ₂ uitstoot met 60% in 2030 waarbij het jaar 2019 als 0-metingsjaar is bepaald.
 <p>13 CLIMATE ACTION</p>	 <p>TARGET 13-3 BUILD KNOWLEDGE AND CAPACITY TO MEET CLIMATE CHANGE</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 13.3 door het delen van de stappen en milestones intern en extern op het gebied van de bijdrage aan de klimaatverandering om stakeholders te inspireren.

Energie en water

 <p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p>	 <p>TARGET 7-2 INCREASE GLOBAL PERCENTAGE OF RENEWABLE ENERGY</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 7.2 door te investeren in zonnepanelen.
 <p>13 CLIMATE ACTION</p>	 <p>TARGET 13-3 BUILD KNOWLEDGE AND CAPACITY TO MEET CLIMATE CHANGE</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 13.3 door het opdoen van kennis dat gaat leiden tot een plan ter reductie van het energie- en waterverbruik.



Afval en End of life

 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	 <p>TARGET 8-1 SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 8.1 door in haar groei duurzame keuzes te maken op het gebied van inkoop, recycling en afvalmanagement.
 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	 <p>TARGET 12-C REMOVE MARKET DISTORTIONS THAT ENCOURAGE WASTEFUL CONSUMPTION</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 12.C door bij de inkoop van meubilair en gebruikspullen, op zoek te gaan naar leveranciers die recyclen. Voor gebruikte en afgeschreven spullen wordt een partner gezocht om aan te doneren.
 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	 <p>TARGET 12-5 SUBSTANTIALLY REDUCE WASTE GENERATION</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 12.5 door het opstellen van een afvalreductieplan als middel om toe te werken naar een zero waste organisatie.

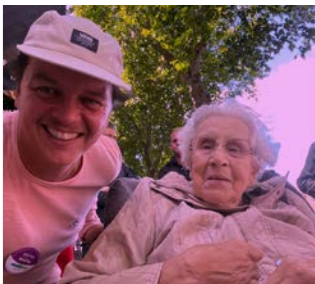
Betrokkenheid en Sociale waarden

 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	 <p>TARGET 4-4 INCREASE THE NUMBER OF PEOPLE WITH RELEVANT SKILLS FOR FINANCIAL SUCCESS</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 4.4 door al vroeg in hun carrière contact te leggen met potentiële collega's. D.m.v. openhuis, snuffelstages en de Academy worden (toekomstige) trainees opgeleid als start van een kansrijke carrière.
 <p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>	 <p>TARGET 10-4 ADOPT FISCAL AND SOCIAL POLICIES THAT PROMOTES EQUALITY</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 10.4 door de gelijke beloning bij gelijk werk van mannen en vrouwen binnen AM.
 <p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>	 <p>TARGET 10-3 ENSURE EQUAL OPPORTUNITIES AND END DISCRIMINATION</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 10.3 door duidelijke groeipaden te ontwikkelen voor iedere collega. Jezelf ontwikkelen en doorgroeien, je eigen carrière vormgeven, zorgt voor een hoge betrokkenheid en laag verloop. Belangrijk voor de toekomst van AM.
 <p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p>	 <p>TARGET 17-17 ENCOURAGE EFFECTIVE PARTNERSHIPS</p>	AM gaat bijdragen aan SDG 17.17 door partnerschappen aan te gaan die leiden tot het vergroten van AM's bijdragen aan de SDG's.



Het AM Maatschappelijk event 2022

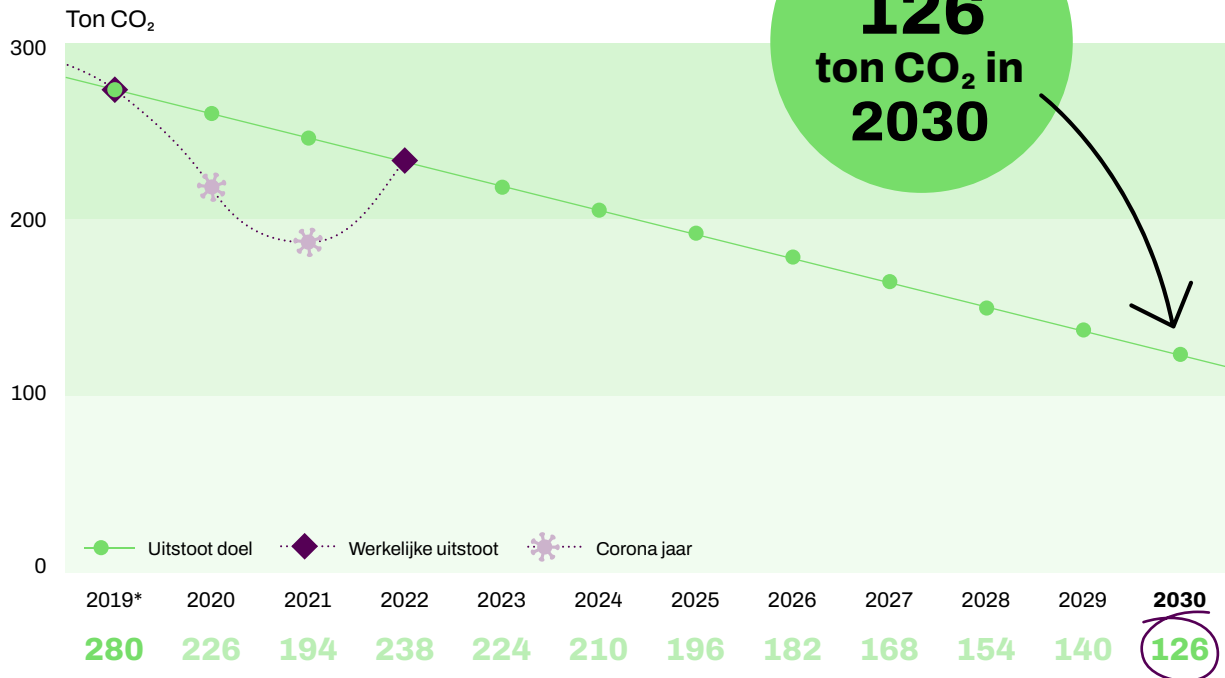
Op 1 juli 2022 kwamen alle collega's op de locaties Oegstgeest en Hoorn bijeen voor het Abovo Maxlead Maatschappelijk event 2022. Deze keer was het thema 'Persoonlijke aandacht'. Samen met een zorginstelling uit de regio was een mooi middagprogramma ontwikkeld. De groep werd opgedeeld waardoor verschillende activiteiten konden worden aangeboden aan ouderen of jongeren met een licht verstandelijke beperking, waarbij 'persoonlijke aandacht' centraal stond. De bewoners van de zorginstellingen hebben afgelopen jaren met corona veel eenzaamheid ervaren en konden zodoende wel wat extra aandacht gebruiken. Voor het teamgevoel werd er afgesloten met een borrel in de stad.



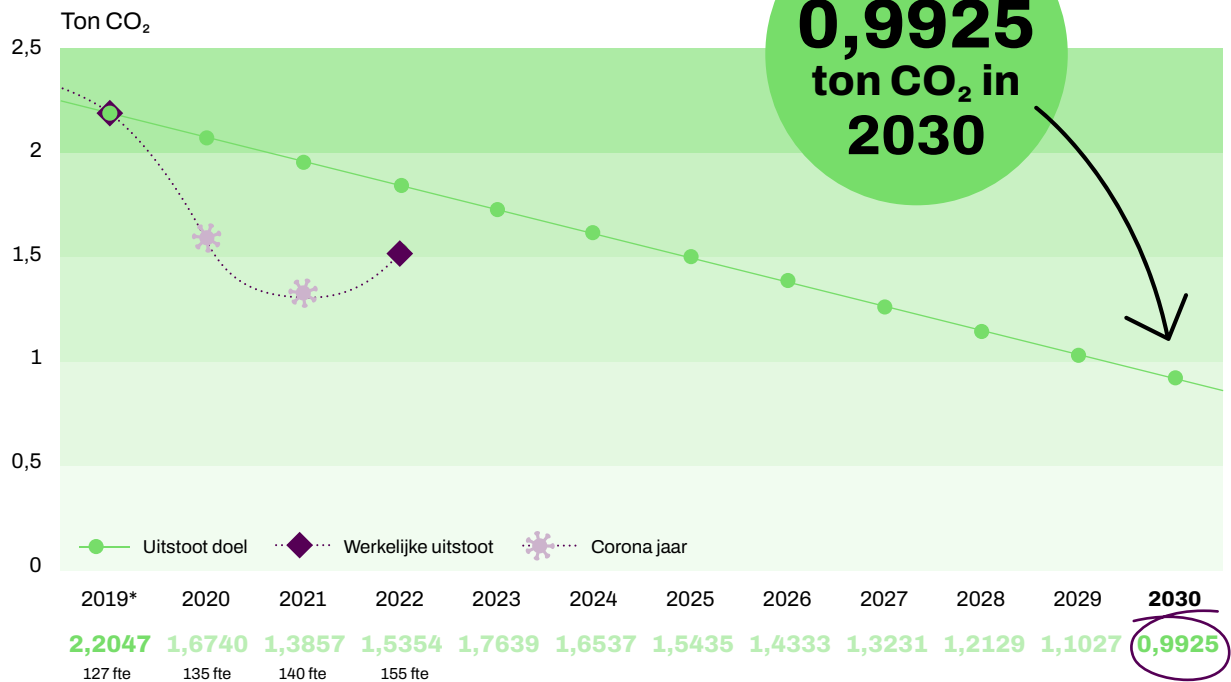


De data

CO₂-uitstoot totaal scope 1 en 2 Abovo Media



CO₂-uitstoot scope 1 en 2 per fte Abovo Media



* In 2019 is Abovo Media eenmalig met het team naar Lissabon geweest. Voor de 0-meting in de CO₂-reductieberekening is deze data niet meegenomen. Inclusief deze vliegreis was de CO₂-uitstoot in 2019 359 ton CO₂. Zonder deze vliegbeweging is de CO₂-uitstoot in 2019 280 ton CO₂. Hiermee wordt gerekend.



De data

CO₂ gebruik 2022

