



Nachhaltigkeits- bericht 2021

Unsere Versprechen sind
mehr als Worte.

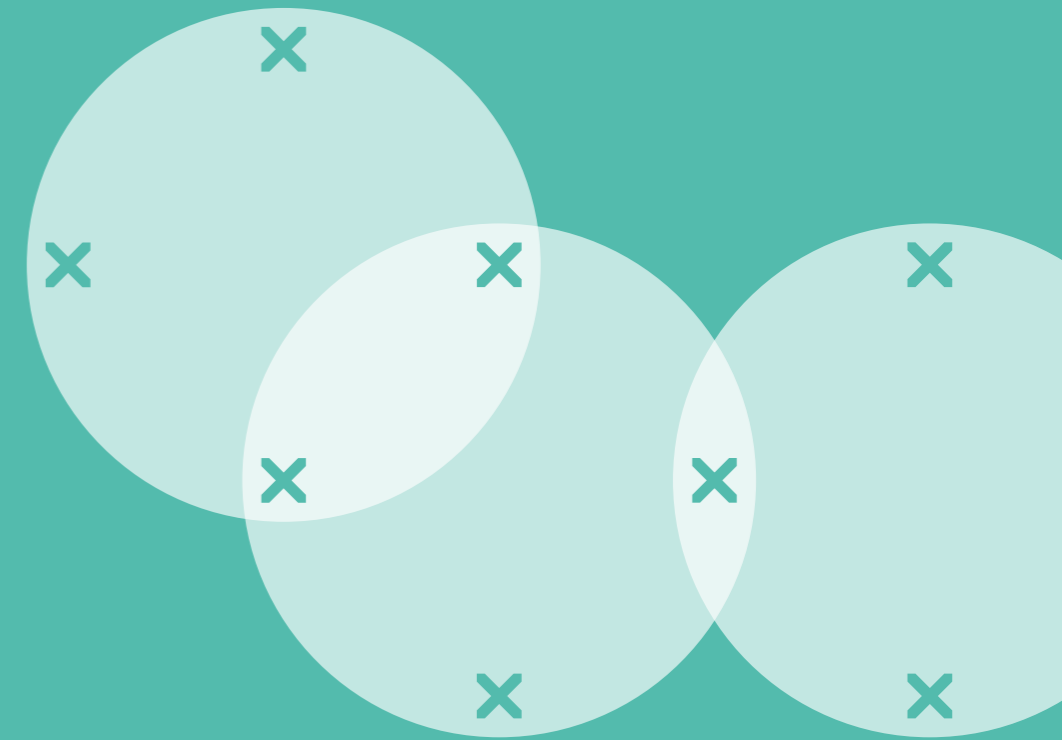
dataflex

feeling at work



„Nichts geht ‚weg‘.
Wenn wir etwas wegwerfen,
geht es auch irgendwo hin.“

- Annie Leonard



Vorwort

Bemühungen um die Verbesserung der Nachhaltigkeit sind oftmals kostspielig, kompliziert, zeitaufwendig, und erfordern ein beträchtliches Maß an Disziplin. Echte Fortschritte können nur erzielt werden, wenn jeder im Unternehmen die gleiche intrinsische Motivation hat, sich ständig zu verbessern und sich selbst herauszufordern. Bei Dataflex haben wir genau diese Kultur: Wir gehen unseren eigenen Weg und arbeiten hart um unsere Ziele zu erreichen.

Wir sind in unserer Branche führend in Sachen Nachhaltigkeit und legen unsere Leistungen transparent und offen dar. Etwas, das viele unserer Konkurrenten leider nicht tun.

Nachhaltigkeit darf kein Marketinginstrument sein, deshalb machen wir keine Aussagen, die nicht der Wahrheit entsprechen, und wir beziehen keine Stellung zu bestimmten Themen, nur weil andere dies tun.

Entwicklungen schreiten oftmals langsamer voran als wir es gerne hätten. Bisweilen können wir uns selbst vorausseilen oder mit Ideen oder Konzepten herauskommen, für die unsere Märkte (noch) nicht bereit sind. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass Nachhaltigkeit ein immer wichtigeres Thema sein wird, wobei Endnutzer bewusstere Wahlentscheidungen treffen und prüfen, ob die Behauptungen eines Unternehmens faktisch korrekt sind bzw. der Wahrheit entsprechen.

Zur Stärkung unserer Vertrauenswürdigkeit als Unternehmen strebt Dataflex seine Zertifizierung als B Corporation im Jahr 2022 an. Das bedeutet, dass unsere soziale und ökologische Leistung überwacht und zertifiziert wird. Der Zertifizierungsprozess begann für uns im Jahr 2021, und obwohl wir bereits vieles richtig gemacht haben, hat uns der Prozess viele neue Erkenntnisse gebracht, wie wir in diesen Bereichen in Zukunft noch besser werden können.

Wir sind zuversichtlich, dass Sie die Veränderungen in den kommenden Jahren bemerken werden.

Roderik Mos
Inhaber und Geschäftsführer



	Seite
Vorwort	4
Einführung	7
Rückblick	8
Rückblick auf unsere Ziele und Erfolge	8
Unternehmensführung	10
Mitarbeiter	10
Gemeinschaft	11
Umwelt	12
Kunden	13
Highlights 2021	14
Dataflex-Zeitachse	16
Produkte	18
Produktneueinführungen	19
Messung der Auswirkungen unserer Produkte	20
Verpackung	20
Circularity Program	20
Wiederaufbereitete Produkte	21
Gespendete Produkte	21
Unternehmenswirkung auf die Umwelt	23
Verringerung unserer eigenen direkten Auswirkungen	24
Health, Wellness & Happiness-Team (HWH-Team)	28
Circularity Project Team	30
Dataflex als Arbeitgeber	32
Kommunikation und Kollaborationen	36
Kommunikation	36
Nachhaltigkeits-Blog	36
Nachhaltigkeitsbericht	36
Kollaborationen	37
Trees for All	37
Inside/Inside	38
DuOn	39
Nächste Schritte	40
Ziele für den Zeitraum 2022-2024	40
Unternehmensführung	40
Mitarbeiter	40
Gemeinschaft	40
Umwelt	41
Kunden	41
Fazit	42



Einführung

Willkommen zu dieser vierten Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichts. Hierin berichten wir über unsere jährlichen Erfolge sowie unsere neuen Ziele. Darüber hinaus präsentieren wir einen aktuellen Überblick über neue und fortlaufende Projekte rund um unsere Initiativen in den Bereichen der Umwelt- und Sozialverantwortung. Mithilfe dieses Berichts wollen wir transparent bleiben und Sie mit uns auf unsere Reise zu immer nachhaltigeren Verfahrensweisen nehmen.



Unternehmensführung



Mitarbeiter



Gemeinschaft



Umwelt



Kunden

Rückblick

Rückblick auf unsere Ziele und Erfolge

Für uns war 2021 das Jahr, in dem wir uns wieder neu auf unsere Ziele konzentrierten. Nach einem turbulenten Jahr 2020 mit seinen vielen Herausforderungen aufgrund der Corona-Pandemie war es nicht nur unser Ziel, uns wieder zu erholen, sondern einen noch kräftigeren erneuten Aufschwung zu nehmen. Trotz der Tatsache, dass viele dieser Corona-bedingten Herausforderungen im Jahr 2021 nicht auf wundersame Weise verschwunden sind, haben wir dieses Ziel weitestgehend erreicht. Neben Produktneueinführungen und Kollaborationen bei einer Reihe herausragender Projekte für die Inneneinrichtung, lag ein wichtiger Schwerpunkt des Jahres für uns in unseren Fortschritten die wir im Bereich der Nachhaltigkeit genommen haben.

Vor allem sind wir stolz darauf, anzukündigen, dass wir unseren Antrag auf die Zertifizierung unseres Unternehmens als B Corporation eingereicht haben. Wie Sie vielleicht bereits aus unserem früheren Nachhaltigkeitsbericht wissen, besteht unser Hauptziel für die kommenden Jahre darin, ein zertifiziertes B Corp-Unternehmen zu werden. Unsere Bewertung steht derzeit noch aus, und wir hoffen, schon sehr bald Mitglied dieser ausgezeichneten Bewegung zu sein.

Nachfolgend finden Sie eine kurze Übersicht über die Ziele, die wir uns für das Jahr 2021 gesetzt hatten. Diese sind nach fünf Bereichen der Auswirkungen strukturiert. Diese Struktur wird beim B Impact Assessment (BIA) zur Bewertung der Leistungen eines Unternehmens in Bezug auf seine Umwelt- und Sozialverantwortung verwendet. Wir verwenden diese um in einer ganzheitlichen Weise an unseren Bemühungen zu Verbesserungen der Nachhaltigkeit zu arbeiten. Das heißt, wir arbeiten an der Verbesserung unserer Leistung in jedem der fünf Bereiche: Unternehmensführung, Mitarbeiter, Gemeinschaft, Umwelt und Kunden.

Update zu den Zielen für den Zeitraum 2022-2024



Unternehmensführung

Überarbeitung und Bekanntmachung aller Unternehmensrichtlinien und Systeme.

Als wichtigster Ausgangspunkt wurde die Forschungs- und Entwicklungsabteilung (R&D), einschließlich des Produktmanagements, identifiziert. Dieser Prozess ist jetzt fast abgeschlossen. Die anderen Abteilungen werden folgen.

Verbesserung der Systeme für Feedback und Einbeziehung von Stakeholdern sowie Folgeaktivitäten.

Für unsere Händler und Endkunden haben wir Systeme zur Verbesserung von Feedback, Einbeziehung und Folgeaktivitäten eingerichtet. Von diesen Stakeholdern haben wir wertvolles Feedback über unsere Kundenzufriedenheitsumfrage und unsere Trustpilot-Seite erhalten. Die über diese Kanäle gelieferten Erkenntnisse werden analysiert und in neue Aktionspunkte für die betreffenden Abteilungen formuliert. Im Jahr 2022 werden wir weitere Systeme implementieren, um unsere anderen Stakeholder einzubeziehen.

Aufbau eines Sozialmanagementsystems in Anlehnung an ISO 26000 und das B Impact Assessment (BIA).

Das Sozialmanagementsystem wird in unser bestehendes, ISO 9001- und 14001-konformes Managementsystem integriert. Die Bausteine wurden am 1. November 2021 zur Prüfung vorgelegt. Dieses muss noch in das Managementsystem integriert werden, und das wird ein fortwährender Prozess sein.

Einbeziehung neuer Konzepte zur Unterstützung der Entscheidungsfindung in Bezug auf die Umwelt- und Sozialverantwortung im Unternehmen.

Die jährlichen Leistungsbewertungen enthalten jetzt auch einen Abschnitt über den Beitrag zur Umwelt- und Sozialverantwortung.

Einführung des 360-Grad-Feedbacks für Mitarbeiter.

360-Grad-Feedback hat es bisher nicht gegeben. Im Jahr 2021 arbeiteten wir daran, die richtige Methode zu erforschen, um es uns zu ermöglichen, einen anonymen, automatisierten Prozess umzusetzen. Wir beabsichtigen, den gesamten Leistungszyklus im zweiten Quartal 2022 von Grund auf umzugestalten.



Mitarbeiter

Erste Schritte zur Messung der Mitarbeiterzufriedenheit und Festlegung von Zielen für 2021.

Im Jahr 2021 setzten wir unsere Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage weiter fort, wobei wir allerdings beschlossen, sie künftig nur noch zweimal pro Jahr durchzuführen. Die Mitarbeiterzufriedenheit bewegt sich mit einer Gesamtbewertung von 8 von 10 weiterhin auf hohem Niveau.

Einführung regelmäßiger Sozialaudits an den Produktionsstandorten aller großen Lieferanten.

Dies konnte aufgrund der Corona-Reisebeschränkungen zeitweise nicht fortgesetzt werden. Soll im Laufe des Jahres 2022 umgesetzt werden.

Erstellen von Listen mit bevorzugten lokalen Lieferanten und Festlegen von Zielen für den lokalen Einkauf.

Alle dienstleistungsbezogenen Waren beziehen wir ausschließlich von lokalen Lieferanten. Für unsere Handelswaren ist dieser Übergang komplexer und er wird nach und nach durchgeführt.

Wir haben gute langfristige Beziehungen zu den Lieferanten der Produkte in unserem aktuellen Portfolio aufgebaut; einige davon sind in Europa, andere in Asien ansässig.

Für alle neuen Produkte suchen wir Hersteller, die näher an unserer Zentrale liegen. So werden unsere Kabelführungen, die zu 100 % aus recyceltem PP hergestellt sind, beispielsweise in den Niederlanden gefertigt.

Struktur für Gemeinschaftsinvestitionen implementieren.

Wir haben uns dazu verpflichtet, mit der Unterstützung durch unseren Partner „Trees for All“ unsere jährliche Gesamtmenge der CO₂-Emissionen auszugleichen. Damit kompensieren wir unsere Umweltauswirkungen nicht nur, wir leisten auch einen positiven Beitrag für den [Kibale-Nationalpark](#) in Uganda.

Um einen ähnlich positiven Beitrag zugunsten unserer lokalen Bevölkerung zu leisten, haben wir unser Programm für Freiwilligentätigkeit eingeführt. Im Rahmen dieses Programms haben Mitarbeiter die Möglichkeit, acht Stunden pro Jahr während der bezahlten Arbeitszeit für ehrenamtliche Tätigkeiten in der lokalen Gemeinde zu verwenden.

Darüber hinaus verpflichten wir uns, jedes Jahr am World Cleanup Day, einem weltweiten Aktionstag zur Beseitigung von Umweltverschmutzung, teilzunehmen.



Gemeinschaft



Umwelt

Ergänzung der Öko-Infoblätter durch eine Ressourcenidentifizierung (Materialdatenblatt).

Bei unseren aktualisierten Ökobilanz-Berechnungen werden auch die erforderlichen Daten für die Erstellung von Materialdatenblättern für unsere Produkte erfasst. Diese sind auf der zweiten Seite der neuen, aktualisierten Öko-Infoblätter enthalten, und diese sollen ab dem zweiten Quartal 2022 eingeführt werden.

Festlegung der Ziele für die Umweltauswirkungen für 2021.

Für alle neuen Produkte haben wir es uns zum Ziel gesetzt, mindestens 20 % niedrigere Ökobilanzwerte oder 15 % höhere Werte im Bereich der Kreislaufwirtschaft als bei vergleichbaren bestehenden Produkten zu erreichen.

Im Vergleich zu den Zahlen von 2020 als Maßstab war es unser Ziel für 2021, unseren eigenen Stromverbrauch im Jahr 2021 um 10 % zu senken. Der Stromverbrauch in unserer Zentrale war im Vergleich zu 2020 um 11 % (von 131.975 kWh auf 117.376 kWh) gesunken. Der Verbrauch in unserem Ausstellungsraum lag um 10,4 % niedriger.

Zusammenarbeit mit Fertigungspartnern zur Bewertung von Möglichkeiten zur Anwendung innovativer Lösungen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen von Produktionsverfahren.

Im dritten Quartal 2020 haben wir eine erste Umstellung der Produktionsmethoden vorgenommen. Dies betraf unsere Viewlite-Schienensysteme, die unsere ersten an sich klimaneutralen Produkte waren.

Wir erwarten, dass wir im Jahr 2022 mit einem Produkt, das wir derzeit in unserem Kreislaufwirtschaft-Projektteam entwickeln, über mehr Fortschritte berichten können.

Umsetzung von Maßnahmen zur Reduzierung unserer direkten Auswirkungen.

Die zusätzliche Dämmung der Außenhülle des Gebäudes (Wände und Fenster) wird im dritten Quartal 2022 angebracht. Die daraus resultierenden Einsparungen werden schätzungsweise rund 20 % betragen und werden sich voraussichtlich im Jahr 2023 bemerkbar machen. Wir hoffen, das Projekt, einschließlich der Installation von Solarzellen, im Laufe des Jahres 2022 durchzuführen.

Verringerung des Gasverbrauchs um 7 % pro Jahr.

Verringerung des Stromverbrauchs um 10 %.

Verringerung der Auswirkungen von Fahrten und Reisen

Wir haben im dritten Quartal 2020 in der ersten Halle LED-Leuchten installiert und Ende Juli 2021 in den restlichen zwei Hallen. Die abschließende Feineinstellung erfolgte im März 2022. Die daraus resultierenden Einsparungen variieren von Monat zu Monat, doch war der Verbrauch im Juli 2021 beispielsweise um 35 % niedriger als im Juni 2021, und um 43 % niedriger als im Juli 2020. Im Jahr 2021 schafften wir es, die Auswirkungen unserer Geschäftsreisen auf demselben niedrigen Niveau zu halten wie 2020. Unser Ziel ist es, sie nicht wieder auf das Niveau von 2019 steigen zu lassen.

Erhöhung des Anteils an recyceltem Material in bestehenden Produkten.

Keine nennenswerten Fortschritte zu verzeichnen. Wir haben uns bei einigen Lieferanten nach der Möglichkeit einer Erhöhung des Anteils an recyceltem Material erkundigt, doch haben diesbezüglich noch keine Vereinbarungen erreicht. Daran arbeiten wir jetzt erneut mit einem neuen und größeren Produktentwicklungsteam.

Einführung von Kreislaufwirtschaftsprodukten für die Heimarbeit.

Nach einer langen Forschungsperiode haben wir jetzt ein Material gefunden, das allen unseren Erfordernissen gerecht wird, und dieses befindet sich jetzt in der Planungsphase. Die ersten Prototypen werden voraussichtlich im dritten Quartal 2022 fertig sein.

Erweiterung des Vertriebspersonals, um die aktuellen Märkte besser zu bedienen.

Im Jahr 2021 wurde unser Team um zwei neue Kundenbetreuer für Süddeutschland und einen neuen Vertriebsleiter für Belgien erweitert.

Neue Produkte einführen.

Wir haben die Viewprime-Monitorarmserie eingeführt, die auf die aktuelle Marktnachfrage zugeschnitten ist. Weitere Produkte werden im Laufe des Jahres 2022 eingeführt.



Kunden



Oben: Wir nahmen an der ‚Langste boswandeling van Nederland‘ (‚Längste Waldwanderung der Niederlande‘) teil.

Unten: Wir stellten neue Rekorde auf! Beim World Cleanup Day sammelten wir 52,7 Kg Abfälle ein.

Unten: Wir bleiben kohlenstoffneutral!

Oben rechts: Wir haben den Materialkreislaufwirtschaftsindikator für 15 unserer meistverkauften Produkte ermittelt.

Unten: Diese 11 Oberlippenbärte sammelten bei der Movember-Kampagne von Dataflex € 4.000 an Spenden.

Unten rechts: Wir haben diese neue, nachhaltigere Verpackungsart weiter ausgebaut.

Highlights 2021

Zeit für einen Rückblick auf einige unserer Highlights aus dem Jahr 2021!

2013

An allen Arbeitsplätzen werden energieeffiziente Doppel-Flachbildschirme installiert, um die Effizienz der Mitarbeiter zu verbessern und die Zahl der gedruckten Dokumente zu reduzieren.

2015

Umstellung auf LED-Beleuchtung und hocheffiziente Klimaanlage in den Büros.

Ein Schredder wird installiert, um Abfallkarton in schützendes Füllmaterial zu verwandeln.

2017

Wir stellen auf Erdgas um, wobei seine CO₂-Ausstöße kompensiert werden.

Als erster ergonomischer Zubehörhersteller weltweit veröffentlichen wir Ökobilanzen für unsere Produkte.

2014

Am Hauptsitz werden das erste Elektrofahrzeug und die erste Ladestation angeschafft.

Wir schalten auf ausschließlich grünen Strom um!

2016

Wir verbannen sämtliches Styropor aus den Dataflex-Verpackungen.

2019

Wir helfen, die ersten Produktkategorie-Regeln der Branche für ergonomisches Zubehör aufzustellen.

Wir veröffentlichen als erstes Unternehmen unserer Branche Umweltproduktdeklarationen (EPD) für unsere Produkte.

Die ersten 15 Umweltproduktdeklarationen werden erstellt.

Wir werden zum ersten kohlenstoff-neutralen Unternehmen in der Branche für Büroeinrichtungen.

Das erste Team für Health, Wellness & Happiness (HWH-Team) wird gebildet.

Wir fangen an, im Büro zu kompostieren.

2021

Wir ermitteln den Materialkreislaufwirtschaftsindikator für die ersten 15 Produkte.

In unserem Lagerhaus wird LED-Beleuchtung, und in der Zentrale werden Quooker-Wasserhähne installiert.

Einführung des Programms für ehrenamtliche Tätigkeit von Dataflex.

Die Öko-Infoblätter werden auf den Produktseiten veröffentlicht.

Einführung des Dataflex-Rückgabeprogramms.

Wir veröffentlichen unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht.

2018

Wir führen die Kabelführungsserie aus 100 % recyceltem PP ein.

Erste Produkte werden in Seidenpapier verpackt, wodurch das Plastik in Verpackungen auf ein absolutes Minimum reduziert wird.

Einführung unseres neuen online „Nachhaltigkeits-Blog“.

Unsere Viewlite-Schienensysteme werden zu unseren ersten an sich kohlenstoffneutralen Produkten.

2020

Einführung des Circularity Program.

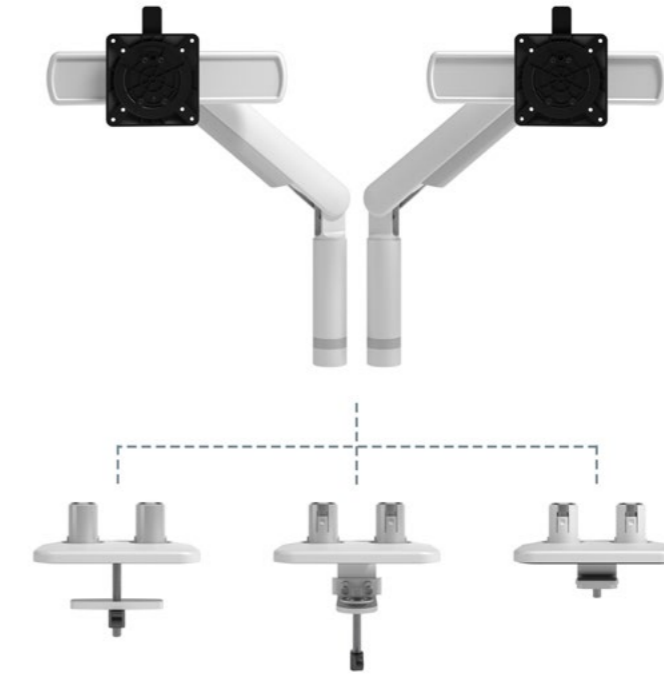
Wiederaufbereitung von 100 Viewmaster-Monitorarmen.

2022

Dataflex-Zeitachse



Produkte



Produktneueinführungen

Im April 2021 haben wir den großen Schritt gewagt und eine brandneue Kollektion auf unserer Website vorgestellt. Viewprime war unsere erste neue Kollektion seit der Einführung der Viewgo-Kollektion im Jahr 2015.

Viewprime hat im vergangenen Jahr bereits beachtliche Erfolge verbucht. Die Kollektion ist die Antwort auf die Marktnachfrage nach einem hochflexiblen Monitorarm, der minimalen Platz auf dem Schreibtisch einnimmt. Der Viewprime-Monitorarm ist mit einem Fingerdruck verstellbar und bietet dem Nutzer hervorragende ergonomische Eigenschaften, wie zum Beispiel die Möglichkeit, den Monitor fast horizontal zum Schreibtisch zu positionieren. Somit ist er ein ausgezeichnetes ergonomisches Produkt für Nutzer, die eine Gleitsichtbrille tragen.

Viewprime ist unsere erste Kollektion, bei der wir eine neue, plastikfreie Verpackungsmethode umgesetzt haben (mehr darüber in dem Kapitel ‚[Verpackung](#)‘).

Messung der Auswirkungen unserer Produkte

Um unsere Umweltauswirkungen zu reduzieren, müssen wir zunächst einmal die Bereiche identifizieren, in denen diese Auswirkungen entstehen. Zur Messung der Auswirkungen unserer Produkte führen wir Lebenszyklusanalysen (LCA) durch und veröffentlichen die Ergebnisse in Form von Öko-Infoblättern und Umweltproduktdeklarationen (EPD). Dies werden wir bei allen neuen Produkten tun, die wir in unser Portfolio aufnehmen.

Im zweiten Quartal 2022 werden wir unsere neue Version der Öko-Infoblätter einführen. Diese enthalten ein ausführlicheres Materialdatenblatt mit Informationen über den Recycling-Anteil pro Material, die Recyclingfähigkeit und das Erderwärmungspotenzial für jedes Material.



Verpackung

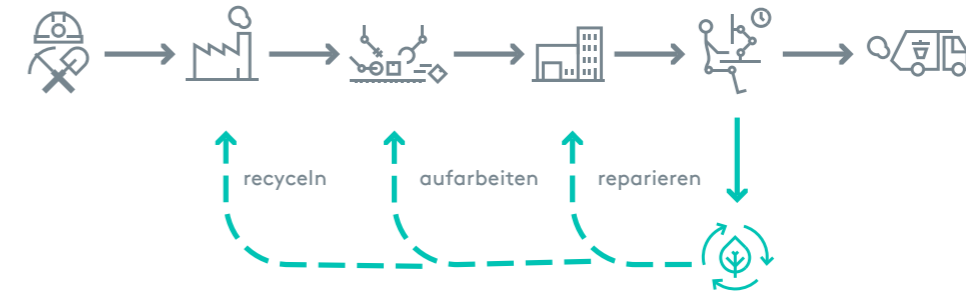
Wir verwenden seit 2015 Recyclingpapier als Füllmaterial und verpacken unsere Produkte seit jeher in recyceltem Karton. Aber wir wollten noch weiter gehen und versuchen, die Menge an Plastik, die wir verwenden, auf ein absolutes Minimum zu reduzieren.

Deshalb haben wir damit begonnen, Seidenpapier anstelle von Plastiktüten zu verwenden, um unsere Produkte beim Versand vor Kratzern zu schützen. Wir verpacken auf diese Weise unsere Viewprime-Serie und alle neuen Produkte aus unserer Viewlite-Serie. Der einzige Kunststoff, der bei der Verpackung unserer Kabelführung (die selbst zu 100 % aus recyceltem PP besteht) verwendet wird, ist der Kunststoffaufkleber zur Kennzeichnung des Werkzeugsatzes.

Wir beabsichtigen, diese Art der Verpackung auf unsere gesamten Produktsortimente auszuweiten. Es kommt jedoch darauf an, sicherzustellen, dass unsere Produkte während des Transports nicht beschädigt werden und sie einwandfrei bei unseren Kunden ankommen, denn die Umweltauswirkungen eines zurückgegebenen beschädigten Produkts wären weitaus größer als die relativ geringfügigen Einsparungen durch eine plastikfreie Verpackung.

Circularity Program

Unsere zeitlosen Designs und qualitativ hochwertigen Materialien bedeuten, dass alle Dataflex-Produkte für eine lange Lebensdauer konstruiert sind. Außerdem sind unsere Produkte modular, wofür wir sowohl recycelte als auch recyclingfähige Materialien verwenden. Wir berechnen auch die Auswirkungen unserer Produkte und veröffentlichen die Ergebnisse (siehe oben ‚Messung der Auswirkungen unserer Produkte‘). Seit 2020 bleiben wir auch unserer Verpflichtung treu, jedes Jahr unsere gesamten Umweltauswirkungen zu kompensieren, so lange bis unser Geschäftsbetrieb vollkommen kohlenstoffneutral ist.



Doch damit hören wir nicht auf!

Wir hatten bereits unsere Recycling-Vereinbarung und unser Rückgabeprogramm für Kunden eingerichtet. Auf diese Weise wollen wir die Verantwortung für unsere Produkte am Ende ihres Lebenszyklus nehmen, um sicherzustellen, dass qualitativ hochwertige Materialien nicht verschwendet werden. Doch mit dem **Circularity Program** wollen wir noch weiter gehen und es den Kunden einfacher machen, sich für die nachhaltigste Option zu entscheiden.

Das Ziel des Circularity Programs besteht darin, eine möglichst lange Lebensdauer unserer Produkte zu gewährleisten und deren Wert weitestgehend zu erhalten. Wenn der Kunde sich entscheidet, unsere Produkte am Ende ihrer Lebensdauer zu entsorgen ist aufgrund der hohen Qualität der in unseren Produkten verwendeten Materialien, wie Stahl und Aluminium, deren Recycling mit Sicherheit gewährleistet. Doch Recycling ist nicht das bestmögliche Szenario. Daher bemühen wir uns nach Kräften, dass zurückgegebene Produkte anstatt dessen repariert und wiederaufbereitet werden, um ihnen ein neues Leben zu geben. Wenn Produkte oder Teilstücke beschädigt sind, sorgen wir dafür, dass sie ordnungsgemäß recycelt werden.

Dank unseres Circularity Programs sind wir in der Lage, die während des ersten Lebenszyklus entstandenen Umweltauswirkungen um bis zu 90 % zu reduzieren. Diese Bemühungen haben bereits begonnen! Im ersten Quartal 2022 nahmen wir 100 Viewmaster-Monitorarme zurück, um sie zu reparieren und wiederaufzubereiten und dann erneut auf den Markt zu bringen. Die offizielle Einführung des Circularity Programs ist für das zweite Quartal 2022 geplant.

Möchten Sie gerne mehr erfahren? Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen unter: circularityprogram@dataflex-int.com.

Wiederaufbereitete Produkte

Zurückgegebene Produkte werden repariert oder wiederaufbereitet und dann als ‚Second-Chance‘-Produkte wiederverkauft. Mit nur leichten Kratzern werden sie unseren Kunden zu reduzierten Preisen angeboten. Die derzeitigen Lagerbestände an wiederaufbereiteten Produkten können über unser Vertriebsteam angefordert werden.

Gespendete Produkte

Wir haben ein Programm eingerichtet, um Produkte an Gemeinden zu spenden, die nicht die Mittel haben, sie zu kaufen. Im Jahr 2021 haben wir beispielsweise Produktspenden an die Umweltinitiative „No Plastic in My Sea“ des CRP EPNAK in Bordeaux, Frankreich (ein berufliches Umschulungszentrum für Menschen mit Behinderungen), und an Your Sanctuary, ein Frauenhilfswerk in Woking, Großbritannien, geleistet.



Unternehmenswirkung auf die Umwelt

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern. Dazu berücksichtigen wir nicht nur unsere eigenen direkten Auswirkungen (Scope 1 und 2), sondern auch die indirekten Auswirkungen in unserer gesamten Lieferkette (Scope 3).

Von der Steigerung der Energieeffizienz unserer Betriebsstätten über die Reduzierung von Geschäftsreisen bis hin zur Einführung neuer, nachhaltigerer Produkte und dem Überdenken unseres Verpackungsdesigns. Wir berücksichtigen unsere Auswirkungen aus der Lebenszyklus-Perspektive und unternehmen wichtige Schritte, um unsere Auswirkungen zu verringern.

Wir arbeiten nicht nur daran, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern, sondern auch unsere positiven Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft zu verstärken. Dies geschieht durch Initiativen wie dem Dataflex-Freiwilligenprogramm, Produktspenden und Projekte, die von unserem Health, Wellness & Happiness (HWH)-Team organisiert werden.

Verringerung unserer eigenen direkten Auswirkung

Gas, Wasser und Strom

Gas

Leider hatten wir im Jahr 2021 einen erhöhten Gasverbrauch, mit einem Anstieg um 26 % im Vergleich zum Vorjahr. Da Gas bei weitem die größten Auswirkungen von allen drei Kategorien hat, ist dies nicht die Nachricht, die wir uns erhofft hatten. Zu erklären ist dies durch die Kaltwetterperiode von Anfang 2021, die viel länger anhielt als in früheren Jahren.

Wir bemühen uns, dieses Problem durch die Renovierung unserer Gebäude zu lösen. Das Lagerhaus wird mit Gas beheizt und trägt damit bei weitem am meisten zu unseren direkten Auswirkungen bei. Eine neue Dachisolierung und eine neue Isolierung am Eingang des Lagers dürften den Wärmeverlust verringern. Um wie viel, lässt sich nur schwer abschätzen. Wir prüfen auch die Möglichkeit einer Torabdichtung an der Wareneingangshalle. Wenn das Tor geöffnet wird, dichten Gummiklappen den Spalt zwischen dem Lkw und dem Gebäude ab. Die Renovierungsarbeiten haben im ersten Quartal 2022 begonnen und werden das ganze Jahr über fortgesetzt.

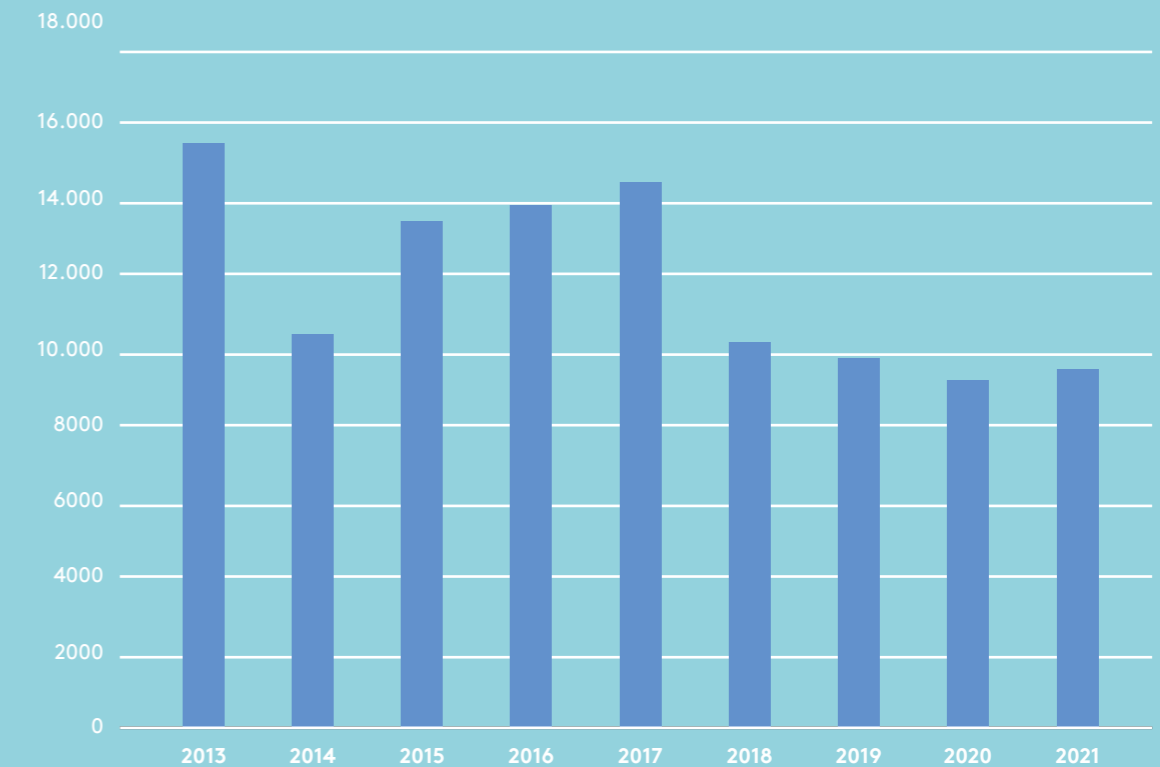
Wasser

Unser Wasserverbrauch hat sehr geringe Auswirkungen. Dennoch ging der Verbrauch von 207 m³ im Jahr 2020 auf 140 m³ im Jahr 2021 zurück. Wenngleich die Ursachen für diesen Rückgang nur schwer zu erklären sind, so hängt er offensichtlich zum Teil mit unserer neuen hybriden Arbeitsweise zusammen, denn wenn weniger Mitarbeiter im Büro sind, werden der Geschirrspüler, die WCs und andere Einrichtungen einfach weniger benutzt.

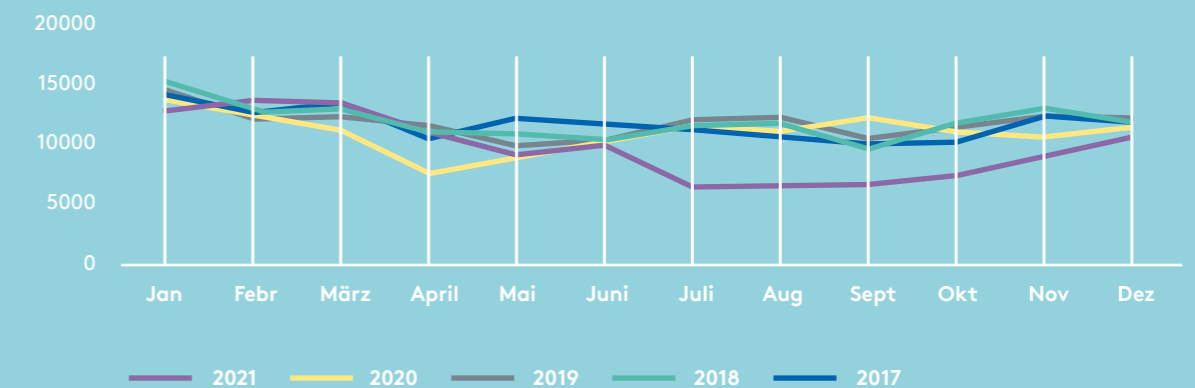
Strom

Im Jahr 2021 sank unser Stromverbrauch verglichen mit 2020 um 11 %. Die Grafik unten zeigt einen erheblichen Rückgang im Juli. Dies ist auf die Installation von LED-Leuchten in zwei Lagerhallen Ende Juni zurückzuführen. Eine Umstellung auf mehr elektrische Heizeinheiten in den Büros brachte jedoch einen erneuten Anstieg gegen Ende des Jahres mit sich. Im Jahr 2022 beabsichtigen wir, einige der Fenster in unseren Büros zu erneuern, die im Laufe der Jahre nicht mehr so gut isoliert sind. Ein weiterer möglicher Faktor, der zu unserem erhöhten Stromverbrauch beigetragen hat, ist der Ersatz von Hybrid-Firmenwagen durch vollelektrische Fahrzeuge. Ende 2021 wurden mehr Kilometer zurückgelegt, und damit stieg auch unser Stromverbrauch.

Jährlicher Gasverbrauch (m³)



Stromverbrauch pro Monat



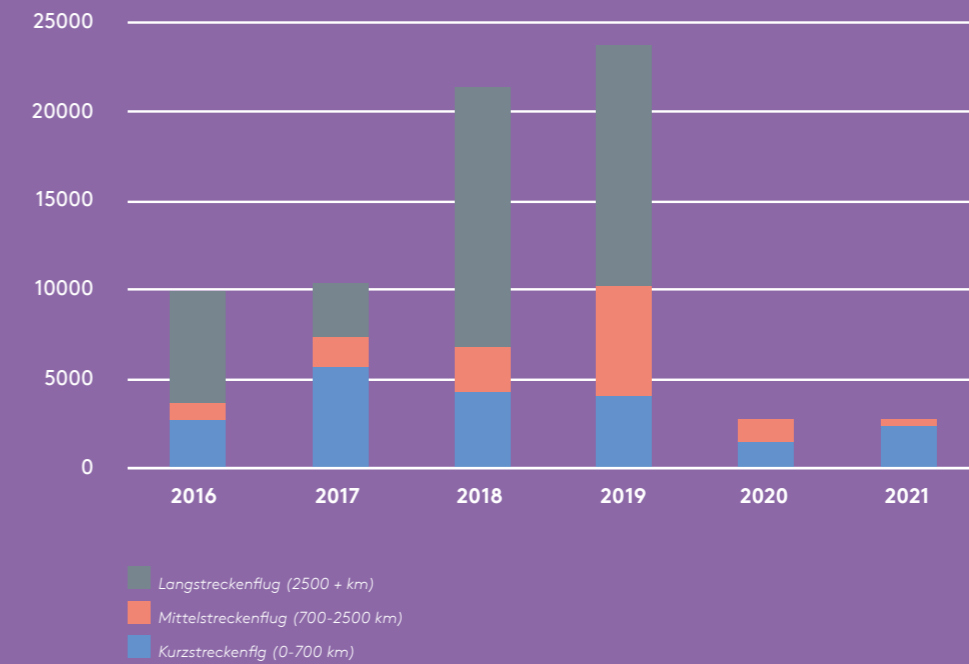
Geschäftsreisen

Im Jahr 2021 sind wir genauso wenig geflogen wie im Jahr 2020. Unser Ziel ist es, die Auswirkungen von Geschäftsreisen so gering wie möglich zu halten. Wenn sich der Geschäftsbetrieb in den nächsten Jahren wieder normalisiert, werden wir unser Bestes tun, um die Werte unter denen unserer Spitzenjahre 2018 und 2019 zu halten, und Videokonferenzen als Alternative zu Geschäftsreisen stark fördern.

Flugstrecke und Auswirkungen je Kategorie (km)

	<700		700-2500		>2500		Alle Flüge	
	Entfernung (km)	Auswirkungen (kg. CO ₂ äq.)	Entfernung (km)	Auswirkungen (kg. CO ₂ äq.)	Entfernung (km)	Auswirkungen (kg. CO ₂ äq.)	Entfernung (km)	Auswirkungen (kg. CO ₂ äq.)
2016	16748	2828	8202	903	56450	6218	81400	9949
2017	33404	5641	16372	1803	26520	2921	76296	10365
2018	25089	4237	21063	2320	135420	14916	181572	21473
2019	24888	4203	54899	6047	121707	13406	201494	23656
2020	8932	1508	10780	1187	0	0	19712	2696
2021	14066	2375	3502	386	0	0	17568	2761

Auswirkungen durch geschäftliche Flugreisen Dataflex (kg. CO₂ äq.)



Health, Wellness & Happiness Team

In 2019 haben das Health, Wellness & Happiness Team ins Leben gerufen. Die Mitglieder wechseln jedes Jahr, doch das Ziel bleibt das gleiche: das HWH-Team startet verschiedene soziale und ökologische Initiativen im gesamten Unternehmen, die sich positiv auf unsere lokalen Gemeinschaften und Mitarbeiter auswirken sollen.

Hier ein Überblick über einige der Initiativen des Jahres 2021:

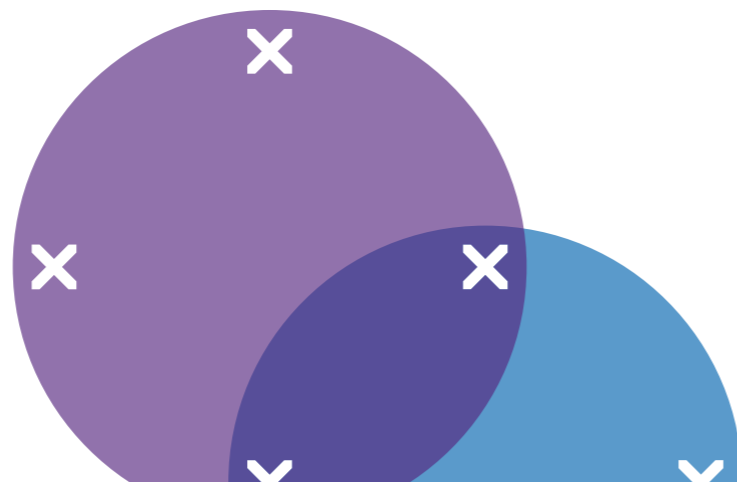
Um ein größeres Bewusstsein für den Plastikverbrauch in unserem täglichen Leben zu schaffen, hat das HWH-Team alle Dataflex-Mitarbeiter eingeladen, an der Plastic Free July Challenge teilzunehmen. Einen Monat lang versuchte das Team, Plastikverpackungen zu vermeiden und auf nachhaltigere Alternativen umzusteigen.

Wir setzten uns in Bewegung! Die ‚Langste boswandering van Nederland‘ (Längste Waldwanderung der Niederlande) ist eine von ‚Trees for All‘ (‚Bäume für alle‘) organisierte Initiative, wobei für jede 5 km, die gelaufen werden, ein Baum gepflanzt wird. Wir legten insgesamt 109 km zurück, womit 21 Bäume gepflanzt wurden.

Zum dritten Mal in Folge beteiligten wir uns am World Cleanup Day. Mit unserem Team sammelten wir 52,6 kg Abfall in der Gegend um unseren Hauptsitz in Krimpen aan den IJssel.

Im November nahmen wir an der Aktion „Veganer November“ teil. Nach einem gemeinsamen veganen Mittagessen zum Auftakt versuchten unsere Mitarbeiter, mehr vegane Mahlzeiten - nach Rezepten aus unserem eigenen Dataflex-Vegan-Kochbuch - in ihre Ernährung zu integrieren.

Im November hatten wir ein weiteres HWH-Highlight, als 11 mutige Dataflex-Männer an der Movember-Kampagne teilnahmen. Sie begannen den Monat November mit einer sauberen Rasur. Dann ließen sie sich während des Monats erstaunliche Oberlippenbärte wachsen, die von Kollegen, Familien und Freunden gesponsert wurden. Auf diese Weise wurden Spenden in Höhe von insgesamt € 4.000 gesammelt, die der Forschung über Themen der Männergesundheit und entsprechenden Kampagnen zugeführt werden.



Wir nahmen an der ‚Langste boswandering van Nederland‘ (Längste Waldwanderung der Niederlande) teil.



Wir stellten neue Rekorde auf! Beim World Cleanup Day sammelten wir 52,7 Kg Abfälle ein.



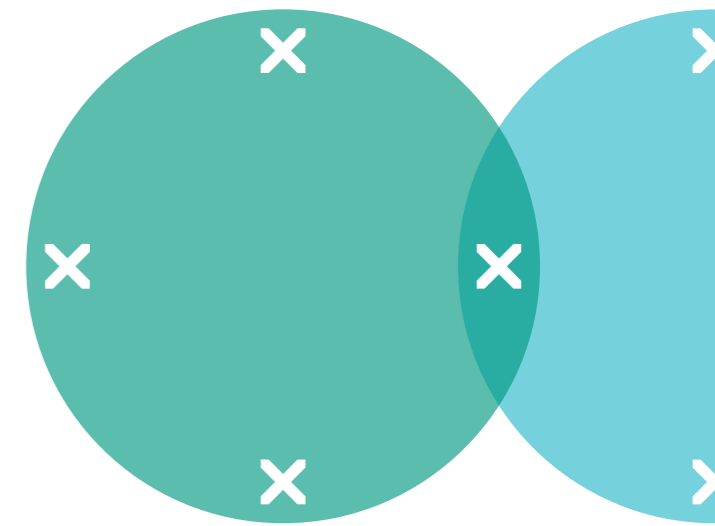
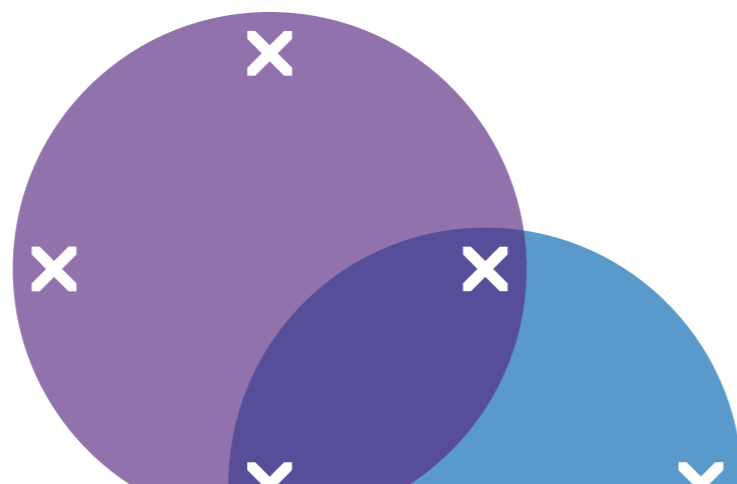
Diese 11 Oberlippenbärte sammelten bei der Movember-Kampagne von Dataflex € 4.000 an Spenden.

Circularity Project Team

Im Jahr 2020 haben wir das Circularity Project Team gegründet, das aus vier Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen besteht. Gemeinsam arbeiten sie an der Einführung von Produkten und Geschäftspraktiken, die den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft folgen.

Eines der Ziele war die Entwicklung einer neuen Kreislaufproduktserie. Nach einigen Recherchen haben wir schließlich einen lokalen Lieferanten für ein Material gefunden, das alle unsere Anforderungen erfüllt: Es wird in den Niederlanden hergestellt, ist zu 100 % pflanzlich, recycelbar, biologisch abbaubar und CO₂-negativ. Die Zusammenarbeit wird im Jahr 2022 beginnen, und wir hoffen, bis zum dritten Quartal 2022 einen ersten Prototyp zu haben.

Wir haben auch Schritte unternommen, um die Lebensdauer unserer Produkte durch unser Circularity Program zu verlängern (lesen Sie mehr unter 'Circularity Program' oben), bei dem wir zurückgegebene Produkte reparieren und aufarbeiten und sie für eine weitere Nutzungsphase wieder auf den Markt bringen.



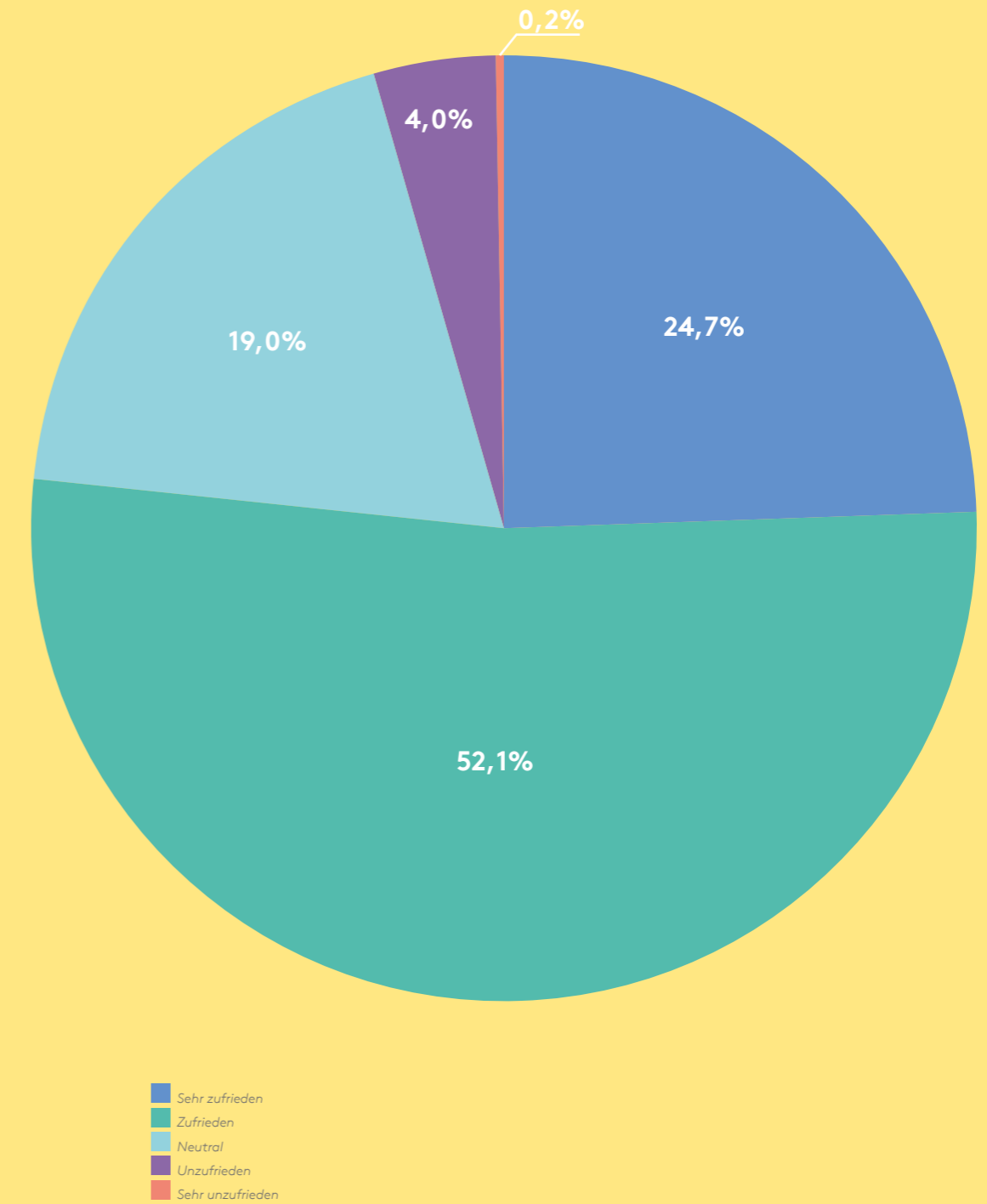
Dataflex als Arbeitgeber

Als Unternehmen tun wir alles, was wir können, um im besten Interesse aller unserer Stakeholder zu handeln. Ein sehr wichtiger Stakeholder sind natürlich unsere Mitarbeiter. Nicht umsonst bezeichnen wir das Dataflex-Team als unsere "Dataflex-Familie": Als Arbeitgeber versuchen wir stets, das berufliche, soziale, physische und finanzielle Wohlergehen jedes einzelnen Kollegen zu gewährleisten.

Von Sprachkursen bis hin zu fachspezifischen Schulungen an Bildungsinstituten werden unseren Mitarbeitern zusätzliche Lernangebote bereitgestellt, damit sie an ihrer eigenen beruflichen und persönlichen Entwicklung arbeiten können.

Die Mitarbeiter können einen Anteil ihrer Arbeitstage von zu Hause aus arbeiten. Diese hybride Arbeitsweise bietet uns die beste Balance: Das Büro ist der Treffpunkt, an dem wir Ideen austauschen, Projekte diskutieren und an Veranstaltungen teilnehmen, die für den sozialen Zusammenhalt und das Wohlbefinden wichtig sind. An den Tagen, an denen man von zu Hause aus arbeitet, konzentriert man sich auf Projekte und die Fertigstellung von Aufgaben.

Durch unsere Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage gewinnen wir Einblicke, die uns helfen, unsere Arbeitsbedingungen weiter zur Optimierung der Mitarbeiterzufriedenheit zu verbessern.



Mitarbeiterzufriedenheit

Kommunikation und Kollaborationen

Kommunikation

Um unsere Stakeholder auf dem Laufenden zu halten und sie in unsere Nachhaltigkeitsbemühungen einzubeziehen, nutzen wir die folgenden Kommunikationskanäle und -mittel:

Nachhaltigkeits-Blog

Im Jahr 2020 haben wir eine neue Beitragsreihe auf unserer Website vorgestellt, die [Nachhaltigkeits-Blog](#). Hier finden Sie relevante Definitionen und aktuelle Informationen über unsere Bemühungen in Sachen Nachhaltigkeit. In den vergangenen zwei Jahren haben wir uns mit Lebenszyklusanalysen, Ökoblättern, Umweltproduktdeklarationen, der Kreislaufwirtschaft, dem Materialkreislaufindikator und Verpackungen beschäftigt. Weitere Ausgaben werden im Jahr 2022 folgen.

Nachhaltigkeitsbericht

Unser erster Nachhaltigkeitsbericht wurde 2018 veröffentlicht und hat sich als eines der effektivsten Mittel erwiesen, um unsere Leistungen, Ziele und Projekte in Sachen Nachhaltigkeit jährlich zu kommunizieren. Außerdem hilft er uns, auf unserem Weg zur Verringerung unserer Umweltauswirkungen und zur Erreichung echter Nachhaltigkeit transparent zu bleiben.

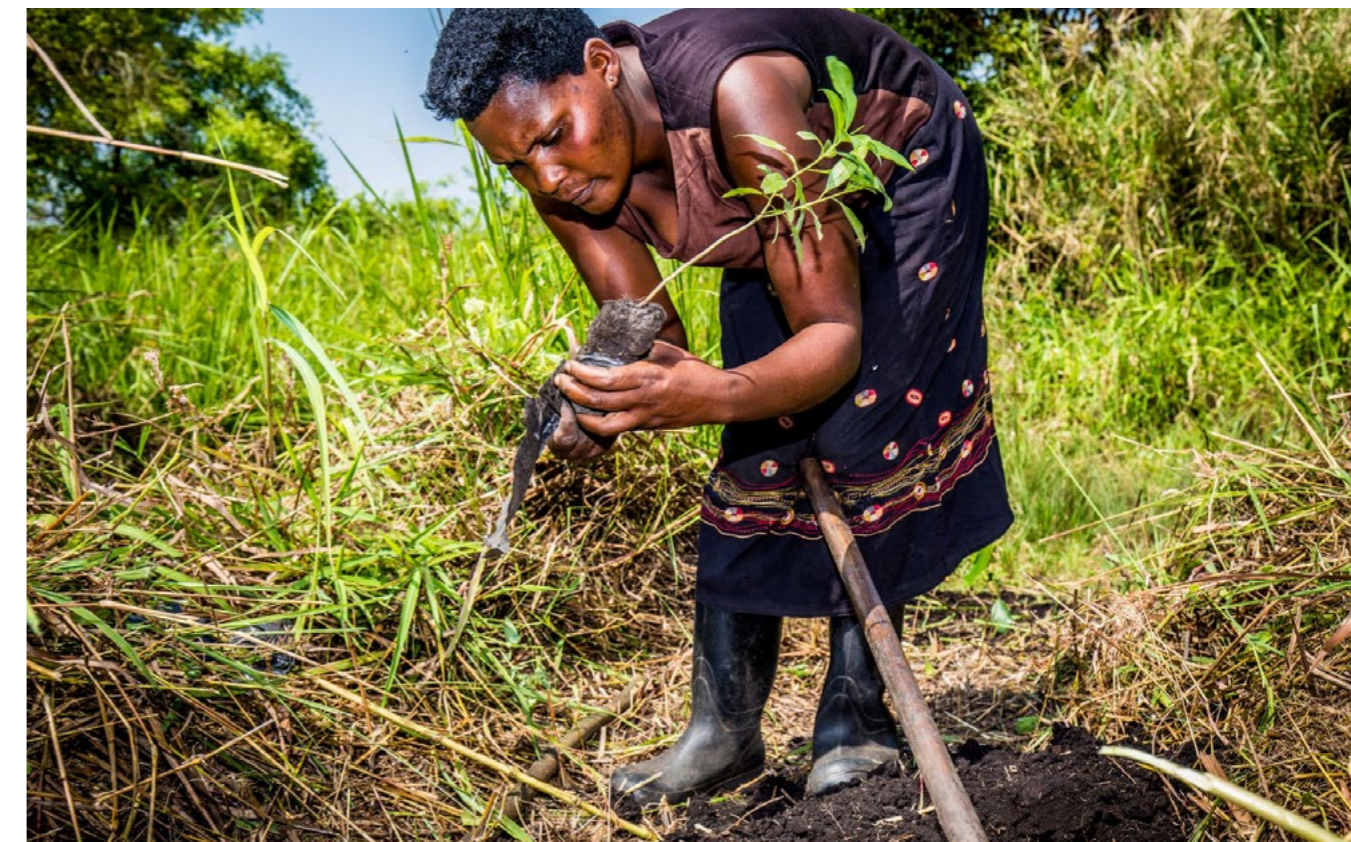
Kollaborationen

Trees for All

Seit 2020 arbeiten wir mit Trees for All zusammen, um unsere Umweltauswirkungen zu kompensieren. Nachdem wir unsere Gesamtauswirkungen (Scope 1-3) berechnet haben, kompensieren wir mit ihrer Hilfe unsere CO₂-Emissionen. Im Jahr 2020 waren wir das erste Unternehmen in unserem Sektor, das kohlenstoffneutral wurde.

Die Kompensation unserer Auswirkungen ist keineswegs unser Endziel, aber sie ist ein Weg, um unsere negativen Auswirkungen auf die globale Erwärmung zu beseitigen. Wir haben uns verpflichtet, unsere Auswirkungen so lange zu kompensieren, bis wir in allen Geschäftsbereichen Kohlenstoffneutralität erreichen können.

www.treesforall.nl

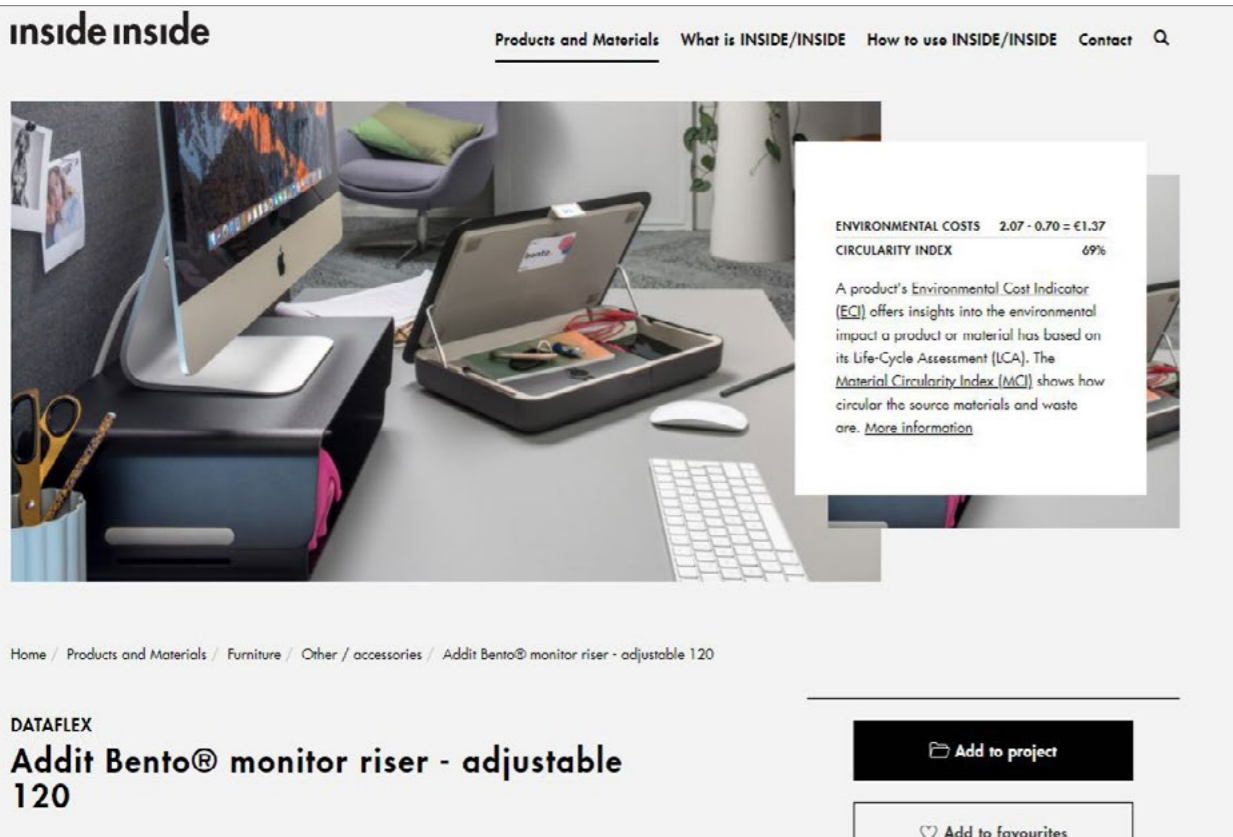


inside inside

Inside/Inside

Im Jahr 2019 haben wir uns Inside/Inside angeschlossen, der unabhängigen Vergleichswebsite für nachhaltige Inneneinrichtungen. Besucher können die Umwelt- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten verschiedener Marken und Hersteller einfach vergleichen und ihre eigene nachhaltige Büroeinrichtung erstellen. Im vergangenen Jahr haben wir den Material Circularity Index (MCI) der 15 Dataflex-Produkte berechnet, die auf der Inside/Inside-Website vorgestellt werden. 2022 werden wir weitere 15 Produkte hinzufügen und auch für diese Produkte die EPDs erstellen und den MCI berechnen.

www.insideinside.nl



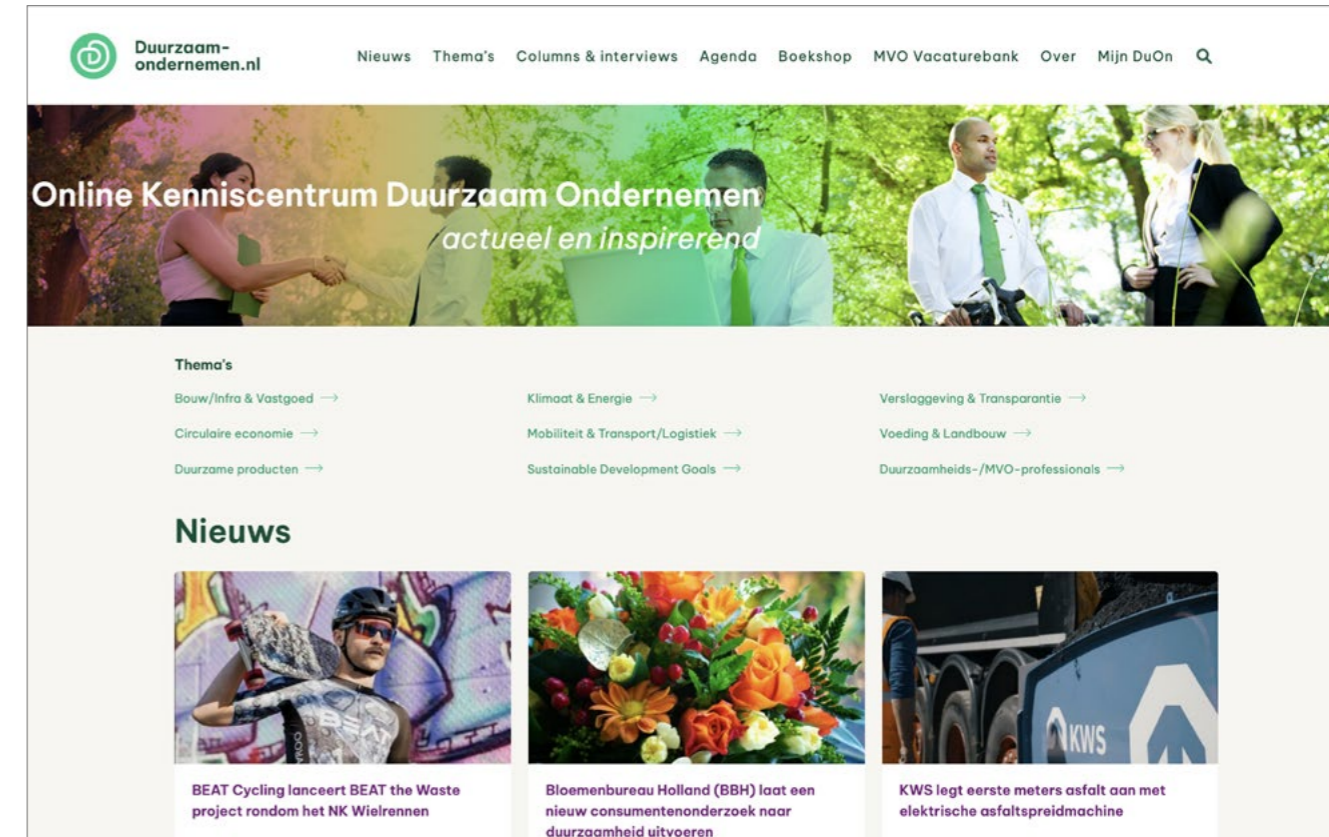
DuOn

Im vierten Quartal 2021 beschlossen wir, eine Partnerschaft mit Duurzaam Ondernemen (DuOn, Nachhaltige Geschäftspraktiken) einzugehen, einer niederländischen Website, die inzwischen 75 engagierte, nachhaltige und sozial verantwortliche Partnerunternehmen miteinander verbindet. Auf der Website können Sie die neuesten Nachrichten lesen, Veranstaltungen entdecken und freie Stellen finden, die alle mit Nachhaltigkeit zu tun haben.



Wir sind im ersten Quartal 2022 Partner geworden und haben uns damit gleichgesinnten Unternehmen wie der ASN Bank, Henkel, Microsoft und Interface angeschlossen.

www.duurzaam-ondernemen.nl



Nächste Schritte

Unser Hauptziel für 2022-2024 ist es, eine zertifizierte B Corporation zu werden. Um dies zu erreichen, müssen wir in den fünf Wirkungskategorien - Unternehmensführung, Arbeitnehmer, Gemeinschaft, Umwelt und Kunden - gute Leistungen erbringen und werden daher eine Reihe von Initiativen umsetzen, um die Zertifizierung zu erlangen und zu erhalten. Um dies zu erreichen, haben wir uns die folgenden Ziele gesetzt:

Ziele für den Zeitraum 2022-2024



Unternehmensführung

Verbesserung der Systeme für Feedback, Einbeziehung und Folgeaktivitäten für unsere Stakeholder-Gruppen.

Beginnen mit der Messung unserer sozialen Auswirkungen.

Durchführung von Managementbewertungen über unsere Leistungen in den Bereichen der Umwelt- und Sozialverantwortung.

Schulung neuer Mitarbeiter und regelmäßige Anleitung bestehender Mitarbeiter über die für Dataflex relevanten Praktiken der ethischen Entscheidungsfindung und Umweltaspekte.



Mitarbeiter

Einführung des 360-Grad-Feedbacks für Mitarbeiter.

Allen Mitarbeitern eine medizinische Vorsorgeuntersuchung anbieten.

Weiterer Ausbau unserer jährlichen nicht-fachspezifischen Lebenskompetenz-Schulungskurse.



Gemeinschaft

Verstärkung unseres positiven Einflusses auf unsere lokale Gemeinschaft durch interne Förderung unseres Freiwilligenprogramms, das es allen Mitarbeitern ermöglicht, 8 Stunden pro Jahr während der Arbeitszeit ehrenamtliche Arbeit zu leisten.

Unterstützung weiterer wohltätiger Zwecke durch unsere Produktspenden.

Einführung von Sozialaudits in den Produktionsstätten aller wichtigen Zulieferer.

Messung und Steigerung der Diversität im Unternehmen.

Im Einklang mit den Zielen der Geschäftsentwicklung an der Schaffung neuer Arbeitsplätze und der Einstellung von Mitarbeitern aus unserer lokalen Gemeinschaft arbeiten.

Verwendung von Methoden der Risikobewertung und Verträglichkeitsprüfung von Drittparteien zur Bewertung unserer Lieferanten.

Einführung des Dataflex Circularity Program im zweiten Quartal 2022.

Erhöhung des Anteils an recyceltem Material in unseren Produkten.

Weitere Zusammenarbeit mit unseren Zulieferern, um umweltfreundlichere Produktionsmethoden zu finden.

Einführung von Kreislaufproduktserien.

Zertifizierung des Dataflex-Hauptsitz, um die Anforderungen eines anerkannten Programms für umweltfreundliches Bauen zu erfüllen.

Erhöhung der Anzahl der umweltzertifizierten Produkte mit einer EPD von 15 auf 30 Produkte bis zum dritten Quartal 2022.

Spezifizierung der Ziele für die Kunden-/Mitarbeiterzufriedenheit.

Einführung der Messung der positiven Produktauswirkungen auf unsere Nutzer.



Umwelt



Kunden

Fazit

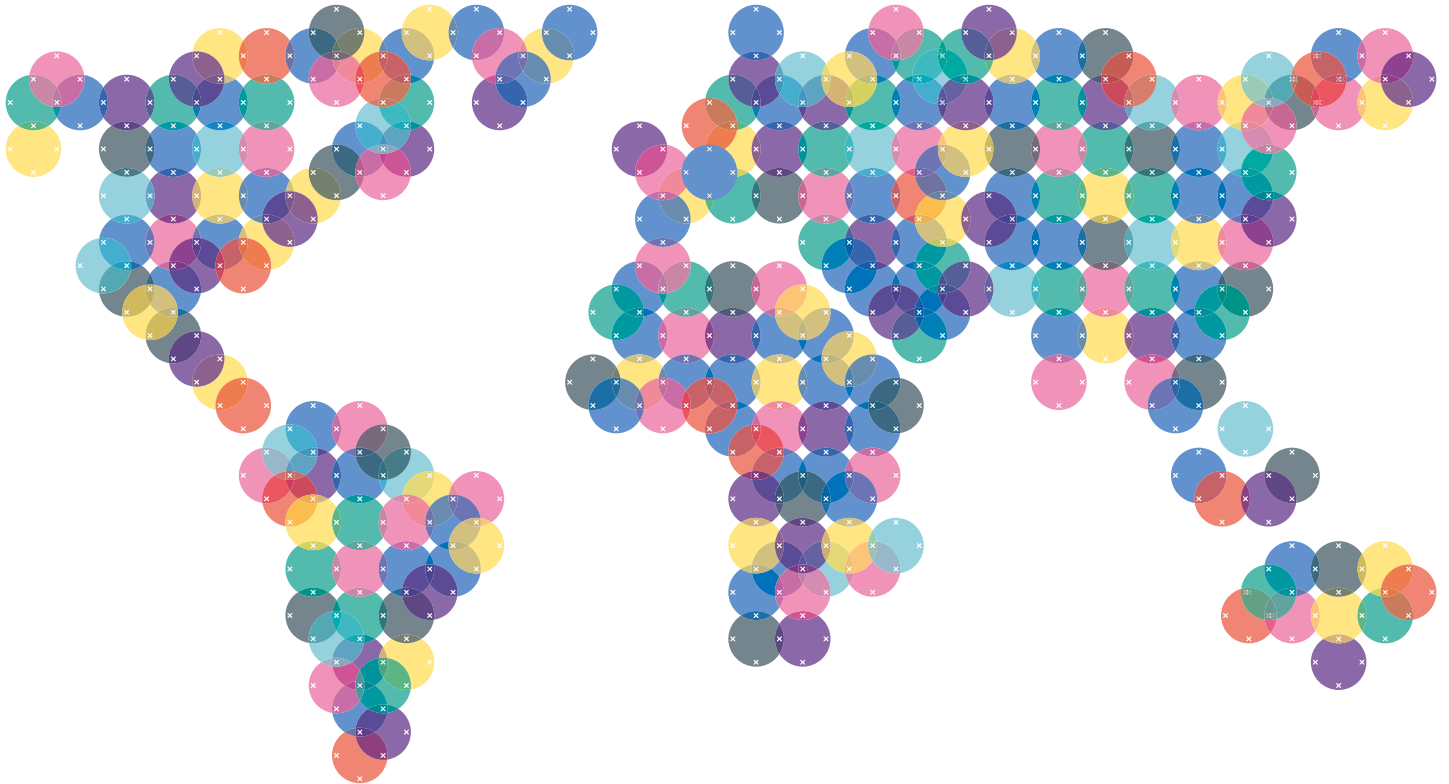
Ein weiteres Jahr ist vergangen, in dem wir unser Bestes getan haben, um unsere gesetzten Ziele zu erreichen. Wir können mit Stolz auf das Erreichte zurückblicken, sind aber weiterhin entschlossen und begierig, im kommenden Jahr weitere, größere Schritte zu machen. So werden wir uns gegen Ende 2022 - hoffentlich erfolgreich - unserer „B Impact Assessment“ (BIA) unterziehen. Eine weitere geplante Maßnahme ist die Erweiterung unseres Produktportfolios mit neuen, noch nachhaltigeren Produkten. Außerdem wollen wir noch mehr an unsere lokale Gemeinschaft zurückgeben, indem wir uns noch stärker an gemeinnützigen Initiativen beteiligen. Wir wollen unseren Kunden auch weiterhin den bestmöglichen Service anbieten. Unter anderem wollen wir auch ihre Bemühungen unterstützen, nachhaltiger zu werden. Und schließlich ist es unser Ziel, der bestmögliche Arbeitgeber für unsere wunderbare Familie von Kollegen zu sein!

Nachhaltigkeit ist nicht ein Ziel, sondern ein kontinuierlicher Weg, und wir werden auf unserer Reise zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeit stets höhere Maßstäbe dafür setzen, was wir als Unternehmen tun können. Ebenso schreiten die Entwicklungen in der Welt um uns herum stets weiter voran — von besseren Materialien und intelligenteren Praktiken bis hin zu neuen Koalitionen und bahnbrechenden Initiativen — mit dem Potenzial immer weiterer Möglichkeiten. Und bleiben Sie vergewissert, Dataflex wird kontinuierlich neue Möglichkeiten erforschen und für alles aufgeschlossen sein, was uns aus unserer Sicht helfen kann, unsere angestrebten Ziele zu erreichen. Währenddessen wollen wir diesen Bericht und andere Kommunikationskanäle verwenden, um stets eine offene Kommunikation über unsere Bemühungen zu gewährleisten.



Wir sind international

www.dataflex-int.com



Dataflex International BV
Weltweit
T +31 180 515444
info@dataflex-int.com

Dataflex Deutschland GmbH
Deutschland & Österreich
T +49 211 17607610
info@dataflex.de

Dataflex France Sarl
Frankreich
T +33 134 753738
info@dataflex.fr

Dataflex UK
Großbritannien & Irland
T +44 203875 7734
info@dataflex-uk.co.uk

Dataflex Benelux BV
Benelux
T +31 180 530750
info@dataflex.nl

Dataflex Italia Srl
Italien
T +39 02 39197911
info@dataflexitalia.com

dataflex

feeling at work