

A woman with long brown hair, wearing a pink long-sleeved top and shorts, is sitting on a bed with a wooden headboard. She is reading a book with a colorful cover. The bed is covered with a brown duvet and has a pink tufted pillow. To the left of the bed, there is a yellow wire chair and a small round wooden table with a glass and a candle. The room has large windows looking out onto green foliage.

Auping Impact Report 2023

Koninklijke Auping

Certified



Corporation

‘Duurzaamheid is daily business voor iedereen die bij Auping werkt’

‘Duurzaamheid binnen het bedrijfsleven is een hot topic. Er wordt veel gevraagd vanuit regelgeving, zoals CSRD, maar ook door andere stakeholders, zoals medewerkers en klanten. Hoe organiseren we dat? In het geval van Auping is dat met zijn allen. Sustainability Managers, ESG-specialisten of CSRD-adviseurs kennen we bij Auping niet. Eigenlijk ben ik de enige met het woord ‘sustainability’ in mijn functietitel. Maar het thema duurzaamheid op de kaart zetten? Zorgen dat ons dak vol ligt met zonnepanelen, dat we in elektrische auto’s rijden en dat we duurzame koffie drinken? Dat doen we met z’n allen. Duurzaamheid zit zo diep in ons DNA en is daily business voor iedereen die bij Auping werkt, of dat nu in de fabriek is of bij productontwikkeling, marketing of HR. Samen zorgen we voor heldere doelen en waardepijlers, waarmee we de meeste impact kunnen maken.

Dit Auping Impact Report is dan ook het verhaal van bijna 330 Auping medewerkers die elke dag weer keihard werken aan onze gezamenlijke doelstellingen om in 2030 een volledig circulair assortiment te voeren, om onze emissies nog verder terug te dringen en om een nog fijnere werkgever te zijn voor al onze collega’s.

In dit rapport nemen we je mee in de stappen die we in 2023 hebben gezet. Het zijn er namelijk een hoop. Zo bouwden we een nieuwe, grotendeels geïmplementeerde fabriek voor onze circulaire matrassen, zijn we gecertificeerd als B Corp en hebben we met behulp van de CTI-tool ons complete assortiment aan een intensieve circulariteitsanalyse onderworpen. Waar we de afgelopen jaren vooral hebben geïnvesteerd in een energiezuinige bedrijfsvoering, verbreden we onze focus steeds meer naar het reduceren van de totale CO₂-uitstoot, niet alleen binnen onze eigen productie, maar in onze gehele keten. En tot slot bieden we mensen binnen Auping een steeds fijnere en veilige werkplek en krijgen we steeds meer inzicht in de omstandigheden in onze keten.

Naast alle cijfers, analyses en indicatoren waarmee we uitgebreider, transparanter en concreter dan voorheen rapporteren over onze duurzaamheidsprestaties en -doelstellingen, komen ook onze medewerkers zelf aan het woord. Dit rapport geeft dus niet alleen een beeld van onze duurzaamheidsprestaties, je leert Auping ook écht goed kennen als innovatief familiebedrijf.’

Mark Groot Wassink, Directeur Sustainability & Innovation



‘Dit rapport is niet alleen interessant vanuit duurzaamheidsoogpunt, je leert Auping ook écht goed kennen als innovatief familiebedrijf.’

Inhoudsopgave

Inleiding	4	Emissiereductie	31
Ons blauwe hart	4	1. Scope 1	34
Auping is een certified B Corp	5	2. Scope 2	34
Duurzame hoogtepunten van 2023	6	3. Scope 3	36
Over Auping	8	Zorg voor mensen	38
Hoe we als Auping werken	8	1. Favoriete werkgever	39
Nederlandse productie de wereld over	11	2. Duurzame inzetbaarheid medewerkers	40
Auping assortiment	12	3. Ketenverantwoordelijkheid	41
Hoe we als Auping rapporteren	13	4. Klanten	41
Onze stakeholderstrategie	15	Bestuur en risicomanagement	44
Onze impact	16	Corporate governance	45
Waardecreatiemodel	17	Risicomanagement	48
Onze impact doelstellingen	18	Bijlage	49
Circulaire waardeketen	20	Over dit verslag	49
1. Zo meten we onze impact	22	GRI tabel	51
2. Inkoop materialen	28		
3. Reststroom	30		

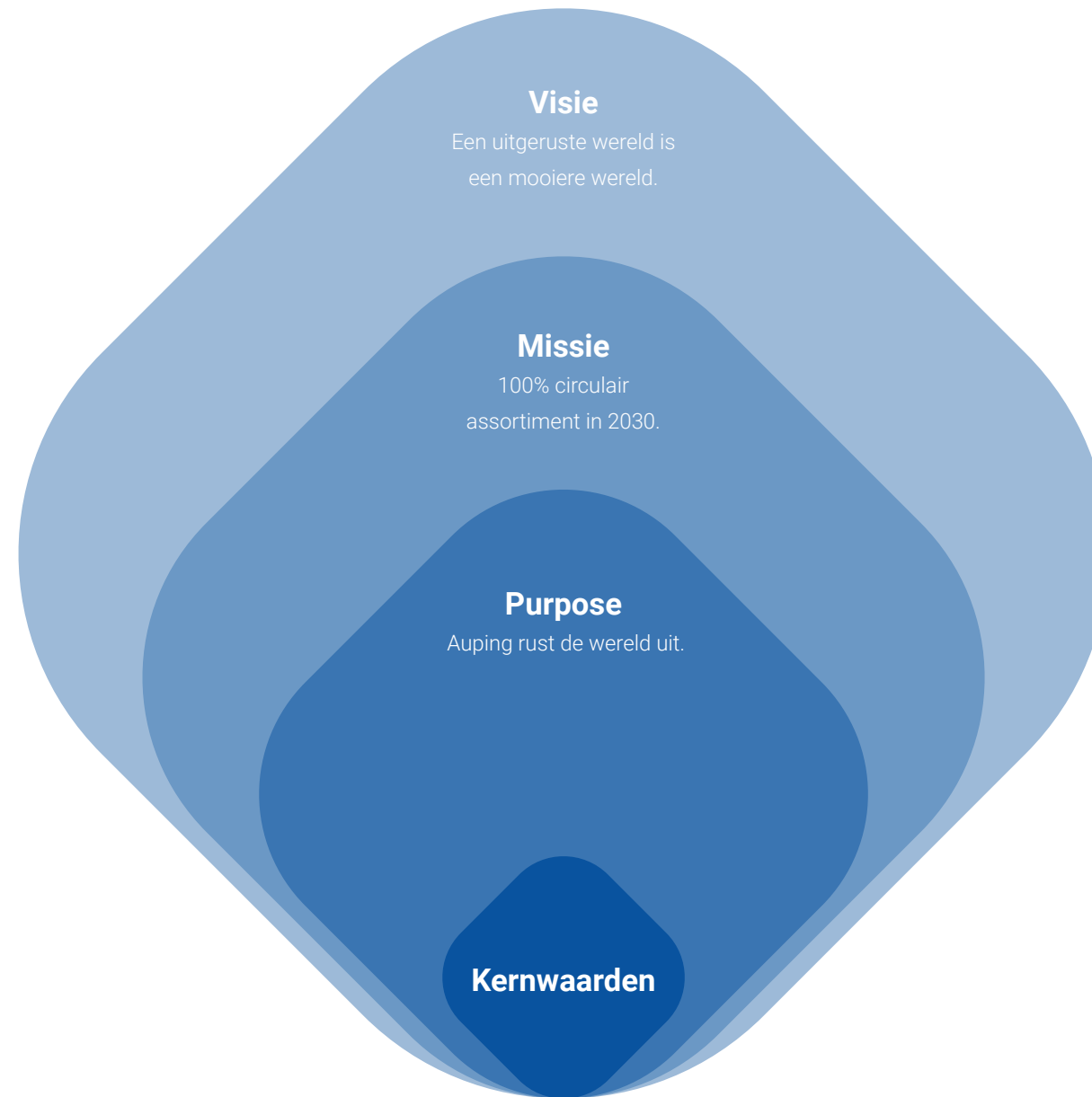


Ons blauwe hart

We geloven dat een uitgeruste wereld een betere wereld is. Als familiebedrijf uit Deventer ontwikkelen we al sinds 1888 duurzame, persoonlijke oplossingen voor slaap en rust. Daarbij staan oog voor detail, het milieu en een duurzame toekomst, ook voor toekomstige generaties, centraal. Dankzij onze medewerkers en partners zijn we koploper binnen onze industrie op het gebied van duurzaamheid en circulariteit. Sinds maart 2020 zijn we B Corp-gecertificeerd en het is onze missie om in 2030 voor alle producten in ons assortiment een duurzame oplossing te hebben. We kijken positief naar de toekomst en zetten elke dag stappen om deze missie te laten slagen.

Waardegedreven werken is voor ons belangrijk. Daarbij staan de volgende kernwaarden centraal:

- De klant is koning
- We gaan gezamenlijk voor succes
- We vertrouwen elkaar
- We zijn vernieuwend
- We zijn grensverleggend
- We zijn van betekenis



Auping is een certified B Corp

In 2020 behaalde Auping als eerste bedden-, boxsprings- en matrassenproducent in de Benelux het B Corp-certificaat. B Corps zijn bedrijven die écht verschil willen maken voor mensen, het milieu en de maatschappij. Vrijwillig, niet omdat dit door regelgeving is opgelegd. We zijn trots dat we het B Corp logo mogen voeren. Dit is namelijk niet zomaar een 'label'. De lat om een B Corp te worden ligt - terecht - heel hoog.

Business as a force for good

B Corp is de meest uitgebreide en intensieve certificering op het gebied van duurzaamheid en sociale prestaties. Als certified B Corp voldoet onze hele bedrijfsvoering aan hoge standaarden, van de impact in onze productieketen tot goed werkgeverschap. Dit betekent dat we ons committeren aan de belofte om bij elke beslissing rekening te houden met onze impact op het milieu, de samenleving en onze werknemers, klanten en leveranciers. De pay-off van B Corp verwoordt eigenlijk perfect wat we bij Auping doen: 'Using business as a force for good'.

Onze B Score

Om onze B Corp-status te behouden, doorlopen wij elke drie jaar een uitgebreid B Impact Assessment. Tijdens dit assessment wordt in het bijzonder gekeken naar de thema's Milieu, Medewerkers, Klanten, Community en Beleid. Een stevige exercitie en voor ons weer een goed moment om te kijken op welke onderdelen wij het goed doen en waar we kunnen verbeteren.

Om een B Corp te worden en te blijven, moet een organisatie minimaal 80 van de 200 punten halen. In 2023 werd onze score op basis van de resultaten van 2022 door B Lab gevalideerd met een score van 86 punten. Daar zijn we heel trots op. We scoren met name goed op het thema Milieu en behaalden daarnaast op verschillende onderdelen het maximale aantal punten, waaronder 'health and safety', 'local sourcing', 'supplier code of conduct', 'quality assurance', 'governance structures' en 'company transparency'. Stuk voor stuk thema's die in dit Impact Report aan de hand van onze waardepijlers uitgebreid worden omschreven.

Bekijk ons complete B Impact Assessment Report op www.bcorporation.net.

Score op B Impact Assessment

Totaal aantal punten 2019 (rapportagejaar 2020): 86



Totaal aantal punten 2022 (rapportagejaar 2023): 86



Duurzame hoogtepunten van 2023



135 jaar
auping

135 jaar Auping

In 1888 kreeg smid Johannes Auping, grondlegger van Auping, de opdracht om een ziekenhuisbed te ontwerpen voor het Amsterdamse Burgerziekenhuis. Toen al overtuigd dat slaapcomfort dé voorwaarde is voor herstellende nachtrust, ontwierp hij een hygiënisch bed met 's werelds eerste spiraalbodemp. In 2023 viert Auping zijn 135-jarig bestaan.



Auping gestegen in de Sustainable Brand Index

In 2023 is Auping 6 plaatsen gestegen in de Sustainable Brand Index (SBI). Dit is een jaarlijkse ranking met de meest duurzame merken in Nederland volgens consumenten. De SBI is het grootste onderzoek in Europa op het gebied van consumentenmerken en duurzaamheid. In 2023 staat Auping op 67. Tony Chocolonely staat op nummer 1.

Kantoor Auping geoptimaliseerd naar een 'smart building'

Zo kunnen we zuiniger omgaan met ons energieverbruik en CO₂ besparen. (Pagina 35)



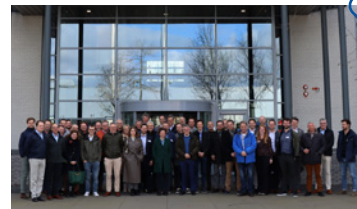
Evolve upgrade

Auping Evolve, ons eerste volledig circulaire matras, heeft een upgrade gekregen. Dankzij de nieuwe comfortlaag ligt dit best ventilerende matras nu nog zachter.

Maart

Partnership KNHB verlengd

Al ruim 8 jaar zorgen Auping en de KNHB voor rust, tijd en aandacht voor alle hockeyers in Nederland. Niet alleen door ze te laten slapen op Auping matrassen, maar ook door het geven van slaapworkshops voor en met sporters. Op 8 maart kwamen de Oranje selecties naar Deventer voor een fabriekstour, een slaapworkshop en individueel matrasadvies op maat.



Partnerdag Circulair Matras Ecosysteem

In een écht circulair model is goed samenwerken essentieel. Auping viert samen met de partners uit ons Circulair Matras Ecosysteem het volledig sluiten van de kringloop. We delen kennis en bezoeken de fabriek waar de matrassen uit elkaar worden gehaald voor verwerking. (Pagina 24)

Juni

Accessoires van reststoffen

Maan, Zon, Wolk en Klaas zijn vier accessoires die Auping samen met Koda Amsterdam heeft ontwikkeld. Ze worden met de hand gemaakt bij leer-werkbedrijf ONS Label van restjes stof van onze matrassenproductie.



Duurzame hoogtepunten van 2023



Team DSM slaapt op Auping

Tijdens de Tour de France reizen matrassen mee met de coureurs. Auping maakte 8 ventilerende Auping Evolve matrassen, afgestemd op de renners voor de beste nachtrust. (Pagina 42)



Auping Noble wint Archiproducts Design Award

Het Auping Noble bed is door de jury van de Archiproducts Design Award 2023 uitgeroepen tot winnaar in de categorie meubels. Noble wordt gemaakt van duurzaam Europees eikenhout dat voldoet aan de belangrijkste houtkeurmerken.



180 extra zonnepanelen

Om onze doelstelling om 50% van ons energieverbruik op te wekken in 2025 te behalen, hebben we 180 extra zonnepanelen op het dak van ons kantoor gelegd. Dat brengt het totaal aantal zonnepanelen op 3006. (Pagina 35)

Juli

Oktober

November

December

Verhuizing circulaire matrassenproductie

Tot nu toe produceerden we de circulaire matrassen met de hand. Deze productie verhuist nu naar onze nieuwe, deels gerobotiseerde pilotfabriek, vlak naast onze huidige productielocatie in Deventer. (Pagina 25)

Slaapworkshop voor Auping medewerkers

Onderzoeker humane chronobiologie Marijke Gordijn geeft een interactieve workshop aan Auping medewerkers naar aanleiding van een slaaponderzoek. Bij deze groep medewerkers was een heel duidelijk verband te zien tussen regelmaat en slaapkwaliteit. (Pagina 43)

Auping als kennispartner voor onze leveranciers

Ter voorbereiding op de nieuwe CSRD-richtlijn, hebben we twee kennissessies georganiseerd voor ruim 70 leveranciers. De komende jaren willen we onze leveranciers nog meer betrekken bij het transparant rapporteren van impact data uit onze toeleverketen. (Pagina 14)

Hoe we als Auping werken

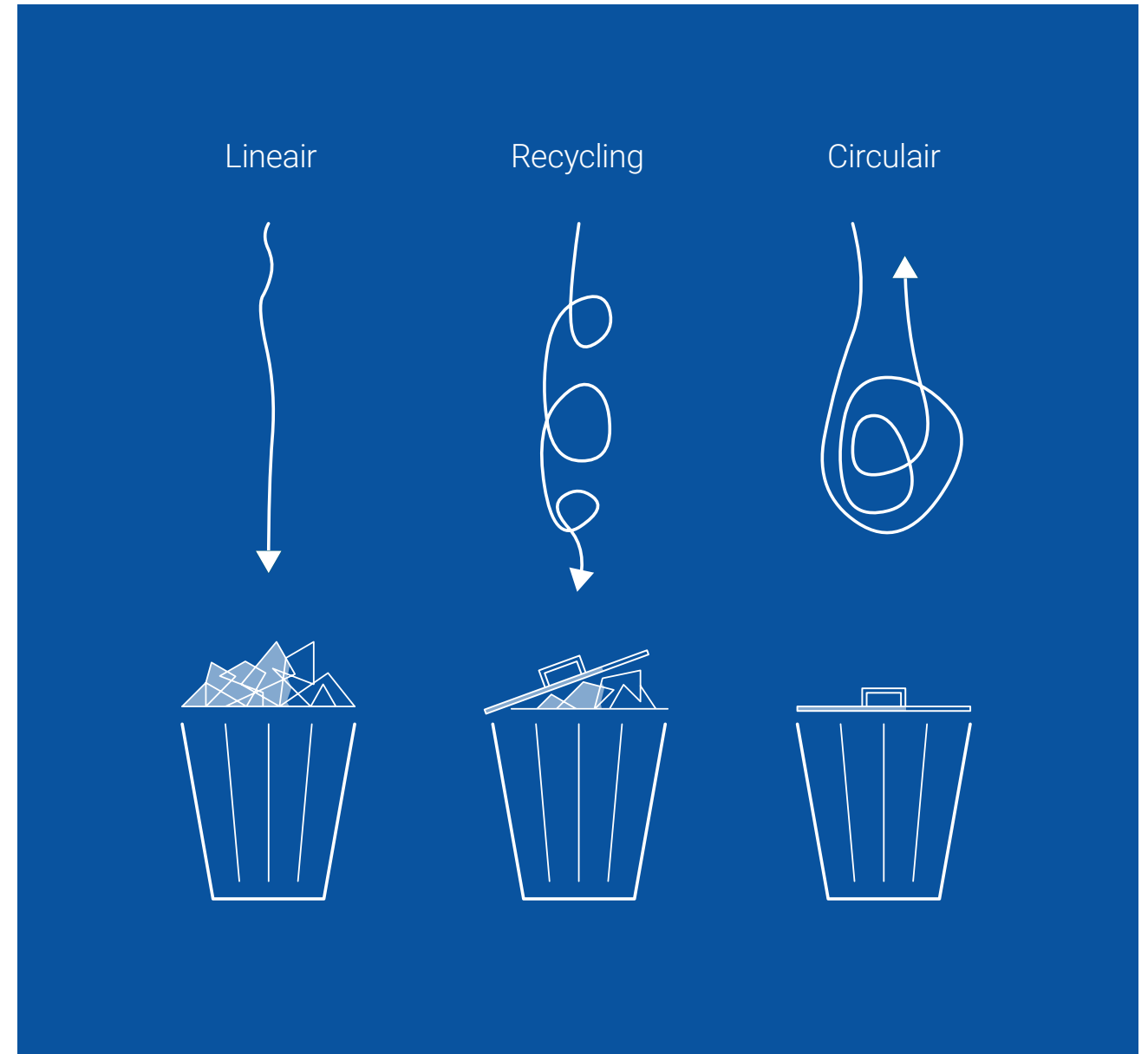
Elke dag zetten bijna 330 Auping medewerkers zich vanuit Deventer in voor een mooiere wereld. Sinds de oprichting in 1888 staat Auping symbool voor duurzaamheid, innovatief design en lokale productie met hoogwaardige materialen. En nog steeds. Een Auping is vakwerk, maatwerk. We produceren op bestelling, hebben geen voorraden en werken 'lean', zodat we niks verspillen: geen grondstoffen, geen materialen en geen menselijke inzet. Daarnaast kiezen we bewust voor een hechte samenwerking met onze retailers en lokale partners die onze duurzame dromen delen.

Een goed ontwerp

De wereld uitrusten begint met een goed ontwerp. De kern van ons bedrijf is onze fabriek in Deventer. Onze productiefilosofie is eigenlijk heel simpel: we maken alleen producten waar vraag naar is, gebruiken alleen materialen die nodig zijn en doen geen concessies als het gaat om kwaliteit. Want een Auping moet lang meegaan. Dat is duurzaam. En is een Auping aan het einde van zijn levensduur? Dan willen we dat de materialen zoveel mogelijk op hetzelfde niveau kunnen worden hergebruikt. Er komt een moment dat lineair produceren niet meer goedkoper is. Grondstoffen raken op. Door te investeren in nieuwe technieken, slimmere productieprocessen met handen en robots én een optimale retourstroom, zodat we grondstoffen behouden voor toekomstige producten, laten we bij Auping zien dat circulariteit niet alleen een principekwestie, maar ook een economisch model is.

100% geproduceerd in Nederland, op bestelling

Alle Auping producten worden op order geproduceerd in Deventer. We hebben dus geen voorraad. Zo maken we nooit teveel en gooien we niks weg. De productie vindt plaats in onze eigen houtfabriek, staalfabriek en naaiatelier. In onze groene fabriek stoten we zo min mogelijk CO₂ uit, maken we slim gebruik van warmte en kou, staat het licht nooit onnodig aan, gaan we zuinig om met water en ligt ons dak vol zonnepanelen. Het is ook een fabriek waar alles ordergestuurd en in een doorgaande lijn (flow) verloopt. In 2023 hebben we het pand van onze burens gekocht en ingericht als fabriek voor de productie van onze circulaire matrassen.

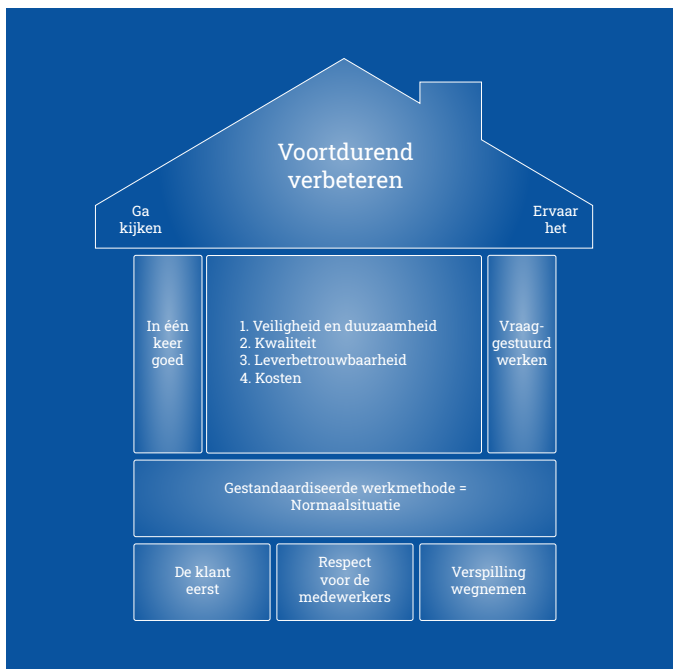


Lean produceren

Alle processen binnen Auping zijn ingericht op basis van het Auping Huis, volgens het lean-principe. Het Auping Huis wordt gevormd door voorwaarden om continue te kunnen verbeteren. Concreet betekent dit: de klant voorop stellen, medewerkers en hun vaardigheden respecteren en gestandaardiseerde werkmethoden. Lean werken betekent geen verspilling. Niet van grondstoffen, niet van energie én niet van menselijke inzet en tijd. Geen opsmuk dus. Alleen de dingen doen die er echt toe doen.

Lean werken is niet nieuw voor Auping. Dat doen we al twintig jaar. Maar we worden er wel steeds beter in. Het jaar 2023 stond in het teken van de opstartfase van onze nieuwe geautomatiseerde productielijn voor onze circulaire matrassen, ter voorbereiding op de officiële opening in februari 2024. In deze nieuwe fabriek hebben we het productieproces van onze circulaire matrassen voor een groot deel gerobotiseerd. Om echt lean te kunnen produceren, staat alles op een logische plek. Zo kunnen we duizenden verschillende matrasuitvoeringen veel sneller en ordergestuurd produceren.

Figuur 1: Het Auping Huis



Lean

Al onze bedrijfsprocessen zijn ingericht op basis van het Lean-principe. Daarbij werken we elke dag aan het verbeteren van:

- Klanttevredenheid
- Veiligheid & duurzaamheid
- Kwaliteit
- Leverbetrouwbaarheid
- Kosten

Caya Slinkman, Process Engineer

‘De flow in de nieuwe fabriek klopt gewoon’



Als student Technische bedrijfskunde onderzocht Caya ooit als afstudeerder bij Auping hoe afval binnen het productieproces gereduceerd kon worden. Sinds 2020 werkt ze als Process Engineer en houdt ze zich bezig met continue verbetering van het productieproces. Door middel van de Kaizenmethode en verbeterprojecten werkt ze dagelijks aan het elimineren van verspillingen. Lean werken dus.

‘Als Process Engineer ondersteun ik verschillende productieflows, met als doel om de kwaliteit te verbeteren de doorlooptijd en kosten te verlagen. Om verspillingen te voorkomen, is het belangrijk dat de processen goed op elkaar aansluiten en stabiel zijn. Dat de flow logisch is en dat de productie niet ergens

in het proces onnodig lang stilligt. Mijn werk bestaat voor een groot deel uit vragen stellen en sparren met groepsleiders en productiemangers over hoe we dingen slimmer, beter en efficiënter kunnen doen. Wat ik leuk vind aan mijn werk, is dat het heel dynamisch is. Geen dag is hetzelfde. Is er een probleem? Koppen bij elkaar en kijken hoe we dat samen kunnen oplossen. Wat ik ook heel leuk vind aan mijn werk, is dat ik met alle lagen van het bedrijf contact heb. Ik zie mijzelf ook wel als een verbinder, bijvoorbeeld tussen productontwikkeling en de werkvloer. Mijn mooiste project van 2023? Dat is natuurlijk het meewerken aan de inrichting van de nieuwe pilotfabriek. Als ik daar loop, ben ik zo ontzettend trots. Waar de robots staan, hoe het is ingericht en hoe mooi de processen elkaar opvolgen, de flow... het klopt gewoon!’

Krachten bundelen met lokale partners

Auping produceert 100% in Nederland. Dat doen we niet alleen, maar met partners die onze duurzame dromen delen. Onze lean productie is gebaat bij sterke, stabiele samenwerkingen met partners die dichtbij zitten, dezelfde waarden hebben en ons begrijpen. Onze nieuwe pilotfabriek hebben we bijvoorbeeld gerealiseerd met Hollander Techniek uit Apeldoorn en Machinefabriek Geurtsen uit Deventer. En in samenwerking met Veenstra|Fritom hebben we in Deventer een HUB ingericht als opslag voor onze grondstoffen en halffabrikaten, zodat deze op afroep aan de productie geleverd kunnen worden, zonder dat hiervoor veel transport nodig is. Dit zijn maar een paar voorbeelden van partners waarmee we volgens de lean-filosofie samenwerken.

Ook onze leveranciers zoeken we zo dicht mogelijk bij huis. Met al onze leveranciers maken we nauwe afspraken en leggen deze vast in onder andere onze Code of Conduct. Bijna alle leveranciers hebben deze in 2023 getekend: 100% van onze product related (PR) leveranciers en 61% van onze non-product related (NPR) leveranciers. De Code of Conduct maakt aan onze leveranciers duidelijk wat we van ze verwachten en van de keten die onze leveranciers inricht, ook als die buiten Europa reikt.

Drie verkoopkanalen, Eén Auping

Een klantreis begint tegenwoordig bijna altijd digitaal. Daarom hebben we ook in 2023 geïnvesteerd in het optimaliseren van onze online aanwezigheid. De meeste consumenten kiezen nog altijd voor persoonlijk advies van een slaapexpert. Voor een naadloze klantreis en een ultieme Auping beleving, werken we samen met gedreven zelfstandig ondernemers die net zoveel van Auping houden als wij. Ons retailnetwerk bestaat uit Auping Stores, brandstores waar alleen Auping wordt verkocht, en Auping Studio's, shop-in-shops in de betere meubelwinkels en slaap-specialzaken. De verbinding tussen winkel en online betekent dat Auping 24/7 bereikbaar is. De totaalaanpak waarbij we Auping Stores, Auping Studio's en onze webshop combineren, noemen we Eén Auping.

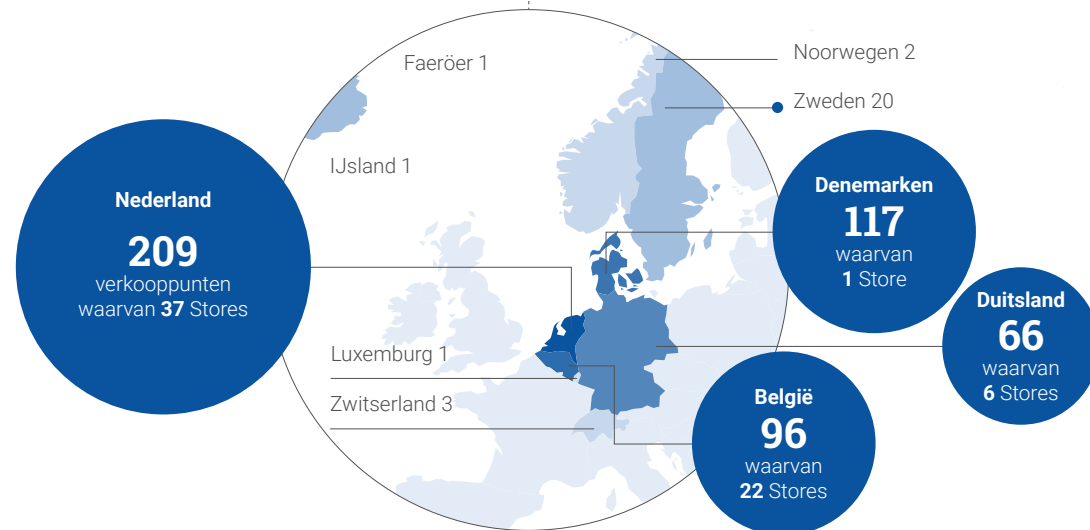
Eén Auping staat voor partnership en een eerlijke beloning. In goed overleg met onze retailers maken we concrete afspraken. Die leggen we jaarlijks vast in de Retail Guidelines. Zo kunnen we samen groeien in een steeds veranderende markt. Uniek aan Eén Auping is dat onze Auping partners meedelen in de online verkochte orders. Daarnaast helpen we onze retailers bij het meten en monitoren van de winkelbeleving, bieden we alle Auping Store en Studio medewerkers een uitgebreid trainingsprogramma aan via onze eigen Auping Academy en maken we duurzame keuzes als het gaat om onze winkelformule. Zo zijn de stoelen gemaakt van gerecyclede PET-flessen, maken we gebruik van gerecyclede perspex in onze winkelmaterialen, is onze vloer gemaakt van onder andere cacaosnippers en bieden we onze klanten biologische of fair trade dranken aan. Ook maken we nieuwe artikelen van restmaterialen, zoals sierkussens, slaapmaskers, tassen, knuffels en de kinderkrakjes voor onze kinderhoek. In 2023 hebben we daarnaast de bewuste keuze gemaakt om ons winkelconcept te upgraden in plaats van compleet te vernieuwen. Dat sluit aan bij onze visie op duurzaamheid, waarbij we niks onnodig verspillen of weggooien.



Nederlandse productie de wereld over

Elk Auping product, of je nu een matras, bed of boxspring koopt, wordt geproduceerd in Nederland. 84% van alle grondstoffen kopen we in van leveranciers binnen een straal van 300 km. Naast ons hoofdkantoor en de fabrieken in Deventer, hebben we drie internationale verkoopkantoren in België, Duitsland en Denemarken. En tot slot verkopen we onze producten in dertig exportlanden. Nederland is onze grootste markt: 68,3% van de omzet behalen we in Nederland, 94% van onze omzet komt uit Noord-West-Europa.

Figuur 2: Meeste export vindt plaats binnen Noord-West Europa



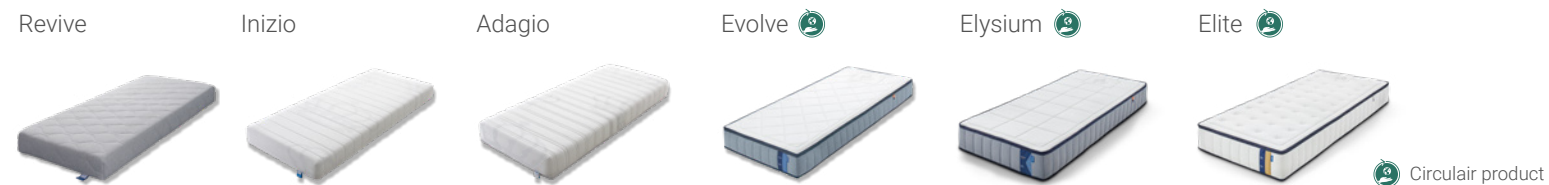
Auping verkoopt naast Nederland in 39 landen

Aruba	Denemarken	Israël	Singapore
Australië	Duitsland	Italië	Slowakije
Bonaire, Saint Eustatius en Saba	Estland	Libanon	Spanje
België	Faeröer	Luxemburg	Suriname
Brazilië	Finland	Malta	Taiwan
Chili	Georgië	Noorwegen	Verenigde Arabische Emiraten
Colombia	Griekenland	Oekraïne	Verenigd Koninkrijk
Costa Rica	Hongarije	Polen	Zuid-Korea
Curaçao	Ierland	Réunion	Zweden
	IJsland	Roemenië	Zwitserland

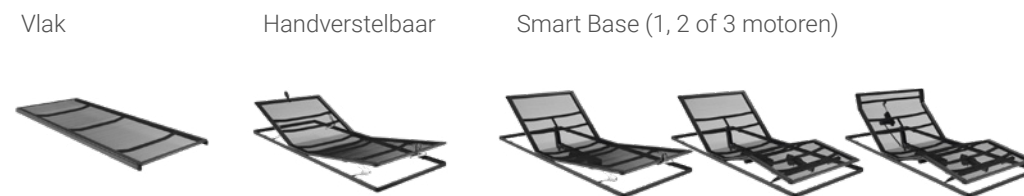
Auping assortiment:

innovatief, duurzaam en kwalitatief

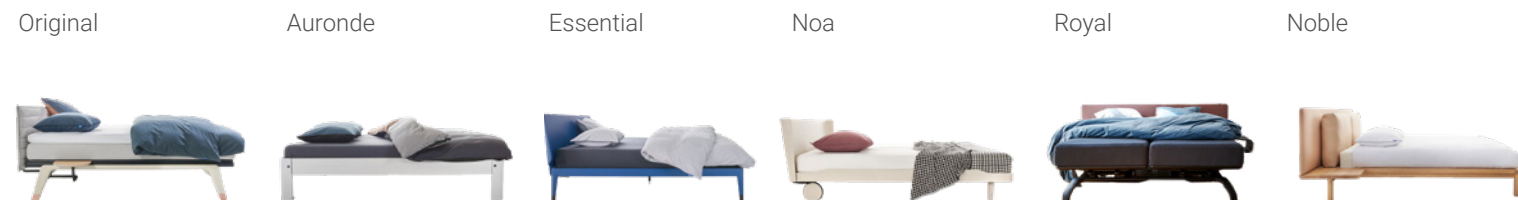
Matrassen



Bedbodems



Bedden



Beddengoed



Boxsprings



Accessoires



Hoe we als Auping rapporteren

In 2019 verscheen ons eerste CSR Report, aanvankelijk bedoeld om al onze stakeholders inzicht te geven in onze duurzame missie. In deze editie rapporteren we onder een nieuwe naam, het Auping Impact Report, uitgebreider en transparanter dan ooit over onze impact en hoe wij waarde creëren voor de wereld. Dit doen wij aan de hand van drie waardepijlers: 'Circulaire waardeketen', 'Emissiereductie' en 'Zorg voor mensen', met daaronder een fundament van 'Bestuur en risicomanagement'. Zo maken wij ons duurzaamheidsbeleid concreet, meetbaar en vergelijkbaar.

Rapporteren volgens de CSRD

Met deze editie van het Auping Impact Report zitten we op koers richting 2025, het jaar waarover we verplicht moeten rapporteren volgens de nieuwe Corporate Sustainability Reporting Directive. Deze EU-richtlijn betekent dat wij als organisatie moeten rapporteren over duurzaamheidsprestaties en economische, sociale en ecologische impact. En niet alleen de impact van onze eigen fabriek in Deventer, maar van onze complete waardeketen.

De CSRD komt niet alleen snel, maar is veelomvattend. Zijn we er met dit rapport al? Nog niet, maar we zijn goed op weg. Zo rapporteren we al jaren aan de hand van industriestandaarden en maken we gebruik van erkende methodieken en tools, zoals het Global Reporting Initiative (GRI), Circular Transition Indicators (CTI) en het B Corp-assessment. Dat combineren we met meer dan 135 jaar aan ervaring en simpelweg gezond verstand. Want hoewel het nog niet verplicht is, zien we het belang van rapportage, data en transparantie. Dit helpt ons om risico's en kansen beter in kaart te brengen en hierop kunnen we goed onderbouwd een verbeterstrategie voeren. Over twee jaar is het niet meer een kwestie van willen, maar van moeten. Samen met al onze stakeholders werken we hard om ons hierop voor te bereiden.

Dubbele materialiteit

De kern van de CSRD is het concept van dubbele materialiteit. Hierbij gaat het om het bepalen van thema's die écht van waarde zijn voor Auping en alle stakeholders, bekeken van twee kanten. Enerzijds de impact van onze organisatie op de wereld (inside-out), anderzijds de impact van de wereld op onze organisatie (outside-in). Onder leiding van Financieel Directeur Linda Hoebe en Directeur Sustainability & Innovation Mark Groot Wassink is in 2023 een taskforce opgericht om een eerste dubbele materialiteitsanalyse uit te voeren. Op basis van deze analyse hebben we onze materiële thema's in kaart gebracht. Denk aan CO₂-uitstoot en energieverbruik, maar ook hoe er in onze keten met mensen wordt omgegaan. Deze onderwerpen komen al uitgebreid aan bod in dit Impact Report. Zo laat onze stakeholderstrategie (zie pagina 15) zien op welke manier we bij alles wat we doen rekening houden met de belangen van al onze stakeholders: consumenten, leveranciers, medewerkers, retailers, communities en aandeelhouders. Daarnaast hebben we de onderwerpen die wij op dit moment als materieel beschouwen zo gedetailleerd mogelijk vastgelegd door middel van indicatoren en doelstellingen binnen onze waardepijlers.



Transparantie over onze hele waardeketen

Denken volgens het dubbele materialiteitsconcept is dus niet helemaal nieuw, maar we zullen onze materiële thema's de komende jaren nog uitgebreider en gestructureerder gaan vastleggen. Samen met interne en externe experts op het vlak van duurzaamheid en rapportage, is het nu zaak om de 'gaps' in kaart te brengen, zodat we straks voldoen aan alle CSRD-eisen.

Dit zal in ieder geval betekenen dat we nog uitgebreider moeten rapporteren over wat er voor en na ons in de keten plaatsvindt. Bij Auping weten we wat er in onze fabriek gebeurt. En met onze leveranciers hebben we duidelijke afspraken gemaakt in de vorm van een Code of Conduct. We doen dus al veel. Wat we nog wel moeten doen, is het rapporteren over alle materiële zaken in onze gehele keten. Dat betekent dat ook onze leveranciers ons van gegevens moeten voorzien. Niet alleen over hun eigen impact, maar ook over de impact van hun eigen leveranciers. En daarnaast zullen we samen met onze retailers, de keten na ons, zaken als CO₂-uitstoot beter in kaart moeten brengen.

Auping als kennispartner voor onze leveranciers

Bij Auping weten we veel, maar zeker niet alles. In 2023 hebben we niet alleen veel kennis vergaard, maar ook kennis gedeeld over de CSRD. We voelen een grote verantwoordelijkheid om alles wat we al weten te delen met al onze leveranciers. We kunnen namelijk niet over onze waardeketen rapporteren zonder commitment vanuit onze leveranciers. In december 2023 hebben we twee kennissessies georganiseerd voor ruim 70 leveranciers. De hoge opkomst verraste ons, maar liet ook zien dat er veel bereidheid is om het samen nog beter te doen.



Linda Hoebe, Financieel Directeur

'De CSRD maakt greenwashing straks – gelukkig – een stuk lastiger'



Linda Hoebe is sinds de zomer van 2020 Financieel Directeur bij Auping. Haar werk omvat veel meer dan cijfers alleen. Ook ICT en Legal zitten in haar portefeuille. Als CFO bewaakt Linda een gezonde balans tussen het beschermen van de continuïteit van Auping en onze belofte aan de wereld.

'Het jaar 2023 was voor mij echt een jaar van kennis vergaren. Een financieel jaarverslag maken? Dat doen we al jaren. Daar zijn duidelijk uitgekristalliseerde richtlijnen voor. Vastleggen wat we doen om circulaire producten te maken, energie te besparen, goed zorgen

voor de mensen in onze keten? Ook niet nieuw binnen Auping. De manier en vooral omvang van verslaglegging zoals de CSRD vereist, is wel nieuw. En dat raakt niet alleen onze eigen organisatie, maar de hele keten. We hebben echt wel wat huiswerk te doen. Wat helpt, is dat we het belang van de CSRD enorm zien. Nieuwe regelgeving betekent namelijk ook meer eenheid in de manier van rapporteren. Zo kunnen consumenten, investeerders en andere stakeholders veel beter vergelijken. Met de nieuwe regelgeving gaat de vrijblijvendheid eraf. En dat is goed. Greenwashing wordt straks – gelukkig – een stuk lastiger.'

Onze stakeholderstrategie

We vertegenwoordigen de belangen van al onze stakeholders bij de activiteiten die we ondernemen

	Startpunt (why)	Agenda (what)	Dialogoog (how)	Frequentie (when)
Consumenten	(Potentiële) klanten zijn onze belangrijkste stakeholders. We willen de wereld rust geven met duurzame en kwalitatief hoogwaardige bedden en matrassen.	Bewustwording creëren over de noodzaak om te kiezen voor duurzame kwalitatieve designproducten met de minste impact op het milieu. Bewustwording over het belang van goede slaap.	Gerichte media-inzet met behulp van traditionele en digitale contactpunten. Communicatie via onze (social)mediakanalen, website en de consumentenservicedesk.	Dagelijks
Leveranciers	We werken nauw samen met onze leveranciers en investeren in langdurige relaties. Om onze doelen te bereiken, is een gezamenlijke toewijding aan een echte duurzame strategie belangrijk.	Innovatie en productontwikkeling voor ruwe materialen. Flexibele aansluiting op onze Lean-productiemethodiek. Gedeelde data gerelateerd aan ons ketenoptimalisatieproces. Recycling en impact op het milieu.	Gedragscode (Code of Conduct) die onze duurzaamheidsstrategie ondersteunt. Borging in afsprakendocumenten. Periodieke gesprekken met leveranciers.	Dagelijks
Medewerkers	Onze medewerkers vormen de kern van onze organisatie. Alleen met betrokken medewerkers kunnen we zowel onze groei doelstellingen als onze duurzaamheidsambities realiseren.	Medewerkerstevredenheidsonderzoeken, diversiteit en inclusiviteit op elk niveau in de organisatie, opleiding en ontwikkeling van medewerkers.	Intranet, periodieke communicatiemeeting voor alle medewerkers, overleg MT en RvC met de ondernemingsraad. Trainingen via Auping Academy.	Dagelijks
Retailers	Toegewijde retailers zijn een essentieel onderdeel van onze duurzaamheidsstrategie. Onze missie maken we waar op basis van een omnichannel distributiestrategie.	De noodzaak om het belang van een goede nachtrust uit te leggen, het faciliteren van productervaringen en testen van producten. En het vergroten van het bewustzijn over het belang van een duurzaam productaanbod.	Trainingen via Auping Academy, frequente nieuwsbrieven en dealerevenementen, waaronder beurzen. Relatiebeheer door onze verkoopteams. Jaarlijkse review van onze KPI's.	Dagelijkse winkelbezoeken en klantcontacten via ons verkoop-servicecentrum. Jaarlijkse beurzen.
Communities	We willen direct en indirect een positieve impact hebben op alle communities waarin we actief zijn en daarmee ook op de samenleving.	Ondersteuning van lokale, regionale en nationale activiteiten en projecten in de samenleving door partnerships. Onze focus is gericht op natuur, cultuur en sport.	Jaarlijks Impact Report, deelname aan lokale gemeenschapsactiviteiten.	Frequent
Aandeelhouders	We zijn een familiebedrijf sinds onze oprichting in 1888 en nog steeds is de familie Auping betrokken bij strategische beslissingen.	Strategische beslissingen op de lange termijn, gebaseerd op de eigendomsvisie van de familie Auping. In volledige afstemming met onze minderheidsaandeelhouder Wadinko.	Informeel contactmomenten en formele ontmoetingen.	Drie keer per jaar.

Onze impact

Duurzaam familiebedrijf

Als familiebedrijf uit Deventer zijn we ons bewust van onze rol en verantwoordelijkheden in een veranderende wereld. Duurzaamheid zit in onze vezels. Daarom maken we steeds meer matrassen waarvan alle onderdelen herbruikbaar zijn. Zo werken we toe naar een wereld zonder afval en zetten we ons elke dag in voor een nóg mooiere wereld. Zo maken we onze dromen – en die van toekomstige generaties – waar en kan iedereen weer met een gerust hart naar bed. Zo rusten we de wereld uit.

Toelichting op de data hiernaast lees je in de volgende hoofdstukken.

€ Financieel

€ 88,3 miljoen omzet

€ 2,5 miljoen EBITDA

58 leveranciers

2 productielocaties

209 verkooppunten in Nederland

307 verkooppunten in Europa

30 exportlanden

59 internationale distributiepartners

4 internationale verkoopkantoren (Nederland, België, Duitsland en Denemarken)

3 webshops (Nederland, België en Duitsland)

66% leveranciers < 300 km afstand op basis van geleverd volume

Circulaire waardeketen

59,4% CTI-score (gewogen)

69% verkochte matrassen is circulair

90% duurzaam hout

53% duurzaam textiel

16,8% reststroom

58,6% recycling en hergebruik

Emissiereductie

28% opwekking eigen energie

47 (-13,6%) tCO₂e per medewerker

210 (-7,6%) tCO₂e per euro miljoen omzet

18.559 (-15,1%) Scope 1, 2 en 3 emissies (tCO₂e)

Zorg voor mensen

1888 ontstaan Auping

1988 Predicaat Koninklijk

86 B Corp-punten*

79.982 nieuwe slapers uitgerust**



351 fte

391 medewerkers

33%/67% verhouding vrouw/man

33%/67% verhouding vrouw/man MT

21 eNPS score

7,1% ziekteverzuim

* Meetpunt 2022.

** Aantal klanten dat een Auping bed of matras kocht in 2023.

Waardecreatiemodel

Input

Financieel

Kasstromen en externe financiering

Infrastructuur

Duurzame fabriek in Deventer: **22.625 w**

Verkooppunten in Nederland: **209**

Verkooppunten in Europa: **307**

Exportlanden: **30**

Internationale verkoopkantoren: **4**

Omnichannel strategie

Intellectueel en menselijk

>**135 jaar** ervaring

Medewerkers: **391 (351 fte)**

Sociaal

Leveranciers: **58**

Natuurlijk

Elektriciteitsverbruik: **3.455 kWh** (x1.000)

Waternverbruik: **1.997 m³**

Gasverbruik: **115.009 m³**

Toegevoegde waarde

Visie

Een uitgeruste wereld
is een mooiere wereld

Missie

100% circulair
assortiment in 2030


Purpose

Auping rust de
wereld uit

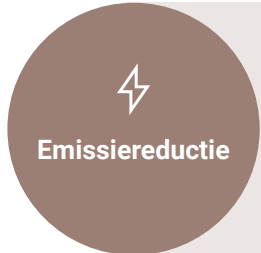
Certified



Corporation

 **Circulaire waardeketen**

Volledig circulair assortiment.

 **Emissiereductie**

Volledig energie- en CO₂-neutraal binnen onze eigen operatie en de CO₂ uitstoot in onze keten met 50% gereduceerd.

 **Zorg voor mensen**

Auping is een favoriete werkgever met een eNPS score van 45.



Bestuur en risicomangement

Output

Matrassen, bedden en
boxsprings: **103.714**

Omzet: **€ 88,3 miljoen**

EBITDA: **€ 2,5 miljoen**

Impact

Circulaire waardeketen

CTI-score (gewogen): **59,4%**

Aandeel verkochte
circulaire matrassen: **69%**

Duurzaam hout: **90%**

Duurzaam textiel: **53%**

Emissiereductie

Opwekken eigen energie: **28%**, 1% meer t.o.v. 2022

tCO₂e per medewerker: **47 (-13,6%)**

tCO₂e per euro miljoen omzet: **210 (-7,6%)**

Scope 1, 2 en 3 emissies (tCO₂e): **18.559 (-15,1%)**

Zorg voor mensen

Medewerkers:

eNPS: **21**

Leveranciers:

< 300km afstand op basis van geleverd volume: **66%**

Klanten:

Nieuwe slapers uitgerust*: **79.982**

*Aantal klanten dat een Auping bed of matras kocht in 2023.

Onze impact doelstellingen

Doelen voor 2030



Circulaire waardeketen

Assortiment

Een totale CTI-score van 90% voor ons hele assortiment.

Inkoop materialen

We gebruiken zoveel mogelijk recycled content en alleen maar duurzaam hout en textiel in onze producten.

Reststromen

80% van onze reststromen wordt gerecycled of hergebruikt.



Emissiereductie

Scope 1

Directe uitstoot gereduceerd tot 0.

Scope 2

Indirecte uitstoot gereduceerd tot 0 en energiegebruik voor 80% zelf opgewekt.

Scope 3

De CO₂-uitstoot in onze keten verminderen met 50%.



Zorg voor mensen

Favoriete werkgever

Auping heeft een eNPS score van 45.

Duurzame inzetbaarheid medewerkers

Auping heeft een laag ziekteverzuim van 4%.

Ketenverantwoordelijkheid

Al onze productgerelateerde leveranciers hebben onze Code of Conduct ondertekend.

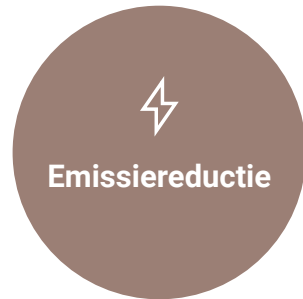
Klanten

Minimaal 90% van onze klanten slaapt goed (PSI).



Bestuur en risicomanagement

Onze impact doelstellingen



Thema	Indicator*	2022	2023	Doel 2025	Doel 2030
Assortiment	CTI-score (gewogen)	25,8%	59,4%	70%	90%
	Hergebruik retouren	-	59%	70%	100%
Inkoop materialen	Recycled content	-	44%	50%	60%
	Duurzaam hout	87%	90%	100%	100%
	Duurzaam textiel	49%	53%	65%	100%
	Inzicht in 2 nd tier	25%	25%	50%	100%
Reststroom	Reststroom	17,1%	16,8%	15%	10%
	Recycling en hergebruik	58,7%	58,6%	65%	80%
Scope 1	tCO ₂ e	824,0	588,1	500	0
	Gasverbruik m ³ NL	132.223	115.009	0	0
Scope 2	tCO ₂ e	46,6	70,3	80	0
	Elektriciteitsverbruik	3.581.783	3.455.950	+ 5%**	- 5%**
	Groene energie NL	100%	100%	100%	100%
	Eigen opwekking NL	28%	28%	50%	80%
Scope 3	tCO ₂ e	20.990	17.900	- 15%**	- 50%**
Favoriete werkgever	eNPS-score	35	21	40	45
	Genderdiversiteit (man/vrouw) NL	34%/66%	34%/66%	40%/60%	40%/60%
Duurzame inzetbaarheid medewerkers	Gevoel van veiligheid NL	90%	92%	95%	100%
	Ziekteverzuim NL	9,4%	7,1%	4,5%	4%
	Fysieke veiligheid	nul meting	68%	90%	90%
Ketenverantwoordelijkheid	% Code of Conduct (NPR/PR)	-	60% en 100%	80% en 100%	80% en 100%
Klanten	Good Sleep quality (PSQI)	95%	65%	> 90%	> 90%

* Definities indicatoren in bijlage op pagina 49.

** T.o.v. 2022

Cirulaire waardeketen

In een circulaire waardeketen bestaat geen afval, maar worden grondstoffen en materialen keer op keer op hetzelfde hoogwaardige niveau gerecycled of hergebruikt. Om dit binnen een economisch rendabel model te kunnen doen, moeten we onze producten en processen slim ontwerpen. En dat is precies wat we bij Auping doen.



Circulaire waardeketen

Thema	Indicator*	2022	2023	2025	2030
1. Assortiment	CTI-score (gewogen)	25,8%	59,4%	70%	90%
	Hergebruik retouren	-	59%	70%	100%
2. Inkoop materialen	Recycled content	-	44%	50%	60%
	Duurzaam hout	87%	90%	100%	100%
	Duurzaam textiel	49%	53%	65%	100%
	Inzicht in 2 nd tier	25%	25%	50%	100%
3. Reststroom	Reststroom	17,1%	16,8%	15%	10%
	Recycling en hergebruik	58,7%	58,6%	65%	80%

*Definities indicatoren in bijlage op pagina 49.

Onze ambitie

Een circulaire waardeketen draait om samenwerking. Samen met onze partners werken we aan het sluiten van de kringloop. Closing the loop, noemen we dat. Zo zorgen we ervoor dat grondstoffen en materialen hun waarde behouden en een eindeloze cyclus vormen van waardestroom naar afvalstroom naar waardestroom. Dat is circulair. Elke stap die we bij Auping zetten, brengt ons dichterbij onze stip aan de horizon:

een volledig circulair assortiment in 2030

Onze route naar 2030

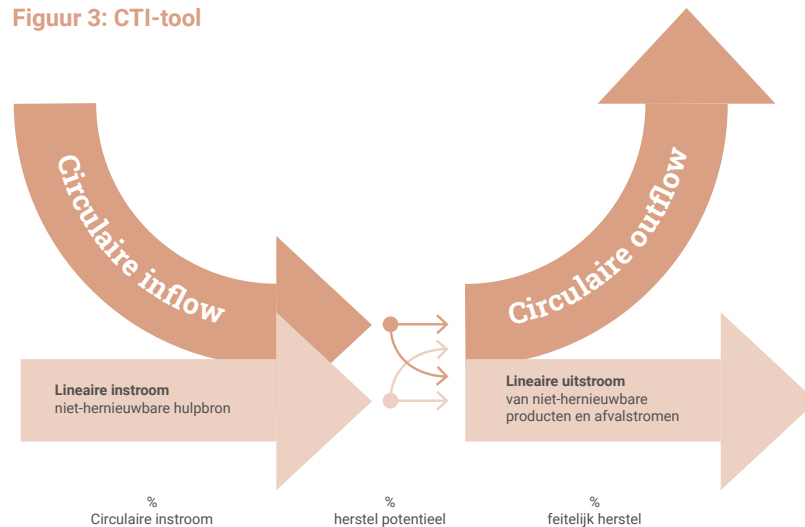
- **Assortiment:** we maken modulaire producten die heel lang meegaan en na gebruik hun waarde behouden. In het ontwerpproces zorgen we ervoor dat elk onderdeel van een product aan het einde van zijn levensduur op hetzelfde hoogwaardige niveau kan worden gerecycled, hergebruikt, gerepareerd of teruggegeven aan de natuur. Daarnaast maken we producten waarvan de onderdelen die het eerst aan vervanging toe zijn afzonderlijk vervangen kunnen worden. Zo vervangen we niet onnodig onderdelen die nog in goede staat zijn.
- **Inkoop:** we streven bij het inkopen van grondstoffen naar een zo hoog mogelijk percentage recycled content, dus materiaal dat al een eerder leven heeft gehad. Voor hout en textiel kiezen we voor materialen die aantoonbaar duurzaam zijn, bijvoorbeeld in de vorm van certificering.
- **Reststroom:** met onze partners maken we een circulaire kringloop mogelijk voor onze producten. Daarnaast minimaliseren we restafval en zorgen we ervoor dat afval uit onze productie zoveel mogelijk wordt gerecycled of hergebruikt.



1. Zo meten we onze impact

Circulariteit is een proces van continu verbeteren. Om exact te weten waar we staan en waar we kunnen verbeteren, gebruiken we de CTI-tool van de World Business Council for Sustainable Development. Aan de hand van Circular Transition Indicators meten we van elk product hoe duurzaam de grondstoffen zijn (inflow) en hoe goed onze producten te recyclen zijn (outflow). De inflow score wordt bepaald door het percentage aan recycled content of materiaal dat van hernieuwbare oorsprong is, bijvoorbeeld hout uit duurzaam beheerde bossen. Voor de outflow score geldt: hoe hoger het percentage aan materialen dat op een gelijkwaardig niveau gerecycled kan worden, hoe hoger de score. Zie figuur 3 hieronder.

Figuur 3: CTI-tool



Onze CTI-score

Onze gewogen CTI-score is in 2023 meer dan verdubbeld. Met name onze inflow scores zijn hoger dan in 2022. Dit komt omdat we over steeds meer kennis en data beschikken om samen met onze leveranciers naar gerecyclede alternatieven te zoeken. Onze CTI-analyse helpt ons bij het bepalen van een heldere roadmap voor de komende jaren. Zo weten we dat we op koers liggen richting onze doelstelling:

een totale CTI-score van 70% in 2025 en uiteindelijk een totale score van 90% in 2030. Waarom geen 100%? Hoe goed je de retourstroom en het recycleproces ook inricht, de praktijk leert dat er altijd risico's zijn op vervuiling van producten of het achterblijven van materialen in de recyclingmachine. Verlies of uitval kunnen we dus niet 100% uitsluiten.

Waarom een circulair matras?

In Nederland worden elk jaar ongeveer 1,5 miljoen matrassen afgedankt en weggegooid. In Europa zijn dat er zelfs 35 miljoen en in de Verenigde Staten 20 miljoen. Wereldwijd vormen matrassen één van de grootste bijdragen aan huishoudelijk stortafval. Veel matrassen worden verbrand of eindigen op de vuilstort. Een belangrijke reden is het gebruik van schuim en de complexe samenstelling van aan elkaar gelijmde materialen. Traditionele matrassen kunnen daardoor niet op hetzelfde hoogwaardige niveau gerecycled worden. De circulaire matrassen van Auping zijn gemaakt van twee materialen: polyester en staal. Deze materialen kunnen keer op keer gerecycled worden, zonder verlies van kwaliteit. Bijkomende voordelen: hoogwaardig polyester ventileert veel beter dan schuim en blijkt ook zonder het toevoegen van chemische brandvertragers brandveiliger dan traditioneel schuim.

Bij de meeste traditionele matrassen worden de onderdelen daarnaast aan elkaar gelijmd, waardoor de verschillende materialen na gebruik niet meer van elkaar te scheiden zijn. Deze matrassen zijn daarmee ongeschikt voor hergebruik. Onze circulaire matrassen bevatten geen lijm, maar het unieke hechtsysteem Niaga® click-unclick adhesive, dat we samen met onze partner Covestro Niaga hebben ontwikkeld. Deze korrels zijn gemaakt van polyester en worden aan het einde van de levensduur verhit, om zo de onderdelen te onthechten, zonder verlies van kwaliteit.



Op weg naar een circulair assortiment

Onze transitie naar een volledig circulair assortiment hebben we verdeeld in drie fasen. In 2023 hebben we fase 1 afgerond.

Fase 1: 2022-2023 (afgerond)

Basis en inzicht

In 2023 hebben we ons complete assortiment, met uitzondering van elektronica, geanalyseerd met de CTI-tool. Een behoorlijke klus: er zit een manjaar aan werk in. In een later stadium zullen we ook onze elektronica producten analyseren, maar voor nu richten we ons op de producten waarmee we de meeste impact kunnen maken, zoals onze matrassen, bedden, boxsprings en bedtextiel. Het resultaat van deze uitvoerige analyse is dat we van onze belangrijkste productcategorieën precies weten waar we kunnen verbeteren.

Fase 2: 2024-2025

Versnellen

In 2024 en 2025 verhogen we het percentage recycled content in onze producten. Daarnaast faseren we schuim verder uit door twee van onze traditionele matrassen te vervangen door circulaire matrassen. In 2025 willen we ons boxspringassortiment en onze hoofdborden circulair maken. Het multiplex hout in een aantal bedmodellen vervangen we door duurzame alternatieven. Daarnaast zijn we gestart met diverse verbetertrajecten om onze meubelstoffen te verduurzamen en streven we ernaar dat al ons bedtextiel GOTS- of GRS-gecertificeerd is. Onze verwachting is dat we in 2025 een totale CTI-score behalen van 87%. Dat is mooi, want hiermee overtreffen we onze doelstelling van 70%.

Fase 3: 2026-2030

Refurbishment proposities of herontwerp

Onze ambitie is een volledig circulair assortiment in 2030. Voor een aantal producten zal het een uitdaging zijn om alle niet-circulaire grondstoffen te vervangen door alternatieven die eindeloos op een gelijkwaardig niveau te hergebruiken zijn. In dat geval onderzoeken we of een refurbishment-oplossing commercieel mogelijk is. Dat betekent een volledig nieuwe levensduur op basis van dezelfde materialen. Neem bijvoorbeeld onze Auronde, een bed dat ook tweedehands en gere refurbished enorm gewild is. Als refurbishment niet mogelijk blijkt, zullen we overgaan tot herontwerp.

Figuur 4: CTI roadmap naar 2030 van onze meest impactvolle producten

	Fase 1: (afgerond)		Fase 2:	Fase 3:
	2022	2023	2024-2025	2026-2030
Evolve matras	47,15%	71%	94%	95%
Elysium matras	47,45%	71%	95%	95%
Elite matras	38,63%	68%	94%	95%
Auronde bed	4,31%	37%	72%	90%*
Essential bed	46,51%	76%	95%	95%
Noa bed	15,80%	49%	86%	90%
Original boxspring	33%	36%	77%	90%*
Spiraalbodem	30%	46%	82%	90%

*Zonder designaanpassing kan dit percentage niet hoger worden dan 80%.

Hoe goed scoren onze circulaire matrassen?

Matrassen vormen het grootste deel van onze omzet. Bij Auping weten we al lang dat traditionele schuimmatrassen niet goed te recyclen zijn. In onze transitie naar een circulair productassortiment was het dan ook heel logisch om hiermee te starten. Onze Evolve en Elysium matrassen zijn 100% circulair. Deze matrassen zijn gemaakt van staal en polyester en bevatten geen schuim, latex of lijm. De CTI outflow score is 100%. De loop is gesloten. Het Auping Elite matras is gemaakt van polyester, staal en het duurzame natuurlatex Vita Talalay Origins®. Dit matras is 80% circulair en 20% recyclebaar. Dit zorgt voor een outflow score van 82%. Op dit moment scoort het Elite matras (nog) hoger op inflow dan de Evolve en Elysium. Dat komt omdat we nu nog gebruik maken van virgin polyester. Zodra onze circulaire matrassen aan het einde van hun levensduur terugkomen, maken we hiervan nieuwe matrassen. Ondertussen zoeken we actief naar nieuwe manieren – bijvoorbeeld plant-based polyester – om sneller het percentage recycled content te verhogen. Hierdoor zal de inflow van de Evolve en Elysium matrassen uiteindelijk stijgen richting de 100%.

Circular mattress ecosystem - samenwerken met partners in de keten

Samenwerking, daar draait het om in een circulaire waardeketen. Samen met onze partners vormen wij het Circular Mattress Ecosystem, een netwerk dat samen zorgt voor een gesloten kringloop. De illustratie hieronder toont een selectie van onze partners:

1. Materialen en leveranciers

Met deze toeleveranciers startten we de ontwikkeling van 's werelds eerste circulaire matras. Samen met vrijwel al deze partijen hebben we zuiver polyester en stalen onderdelen ontwikkeld.

4. De cirkel is rond

Deze grondstoffen worden door deze partners verwerkt. Zo zijn er partners die polyester omzetten naar garens. Die garens gaan vervolgens weer naar onze toeleveranciers (1).



2. Koplopers

Doordat de materialen die we met onze toeleveranciers hebben ontwikkeld vrijwel alleen door Auping werden afgenomen, zochten en zoeken we nog steeds partners die ook circulaire matrassen in de markt willen zetten. Hier zie je de partijen, waarmee we onze kennis, innovaties en technologieën al delen.

3. Logistiek

Partijen waarmee we in Nederland hebben geborgd dat alle circulaire matrassen met een Niaga-label na levensduur worden gedissasembleerd tot nieuwe grondstoffen.

Auping als frontrunner

Als frontrunner is het soms nodig om een stap naar voren te zetten, om de kar te trekken. Dat doen we bij Auping bijvoorbeeld door ook de leveranciers van onze leveranciers steeds beter te leren kennen en zelfs persoonlijk te bezoeken om nog betere afspraken te kunnen maken over de herkomst van onze grondstoffen. Ook zoeken we de samenwerking op met beleidsmakers, zowel lokaal in Deventer als op Europees niveau. Daarnaast hebben we in 2023 een bijeenkomst georganiseerd voor al onze ketenpartners, met als doel om niet alleen de samenwerking met Auping, maar ook de partnerships onderling te versterken.

Circulair polyestertextiel ecosysteem

Onze circulaire technologie stellen we ook beschikbaar aan andere matrasproducenten. Naast het feit dat extra volumes zorgen voor een daling van de kostprijs, dromen we bij Auping van een afvalvrije en duurzame matrassenindustrie. Auping heeft samen met CuRe Technology B.V. uit Emmen en Spinning Jenny uit Nijverdal een subsidie ontvangen van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) van de Europese Unie voor het opzetten van een compleet nieuw circulair polyestertextiel ecosysteem. CuRe Technology is één van de weinige recyclingbedrijven ter wereld, dat een einde wil maken aan de groeiende polyester-afvalberg. Zij ontwikkelden een technologie om het oneindig recyclen van polyester mogelijk te maken. Spinning Jenny is één van de modernste spinnerijen van Europa en maakt hoogwaardige en circulaire garens van gerecyclede grondstoffen. Binnen dit project hebben wij bewezen op een competitieve manier circulaire matrassen te kunnen produceren. CuRe maakt

van de materialen granulaat en Spinning Jenny zet het granulaat weer om naar garens. Vervolgens verwerken de leveranciers van Auping dit weer in nieuwe materialen. Van deze materialen maakt Auping weer een nieuw matras op hetzelfde hoogwaardige niveau. Maar we hebben nóg meer ambities. Denk aan garens van gerecycled polyester textiel, plantaardig polyester en circulaire meubelstoffen. Ook de ambities van CuRe Technology B.V. en Spinning Jenny gaan verder dan het realiseren van een circulair matras. Zij dromen van een volledig circulaire textielketen. En wij ook.

Opening matrassenfabriek van de toekomst

Traditionele productielijnen kunnen onze circulaire matrassen niet produceren. Daarom gebeurde de productie van onze circulaire matrassen met de hand. Tot nu. Want met de EFRO-subsidie hebben we in 2023, samen met Machinefabriek Geurtsen en Hollander Techniek, een nieuwe, deels gerobotiseerde fabriek ingericht. Deze pilotfabriek is uniek in zijn soort. Een wereldprimeur. Deze robots kunnen ordergestuurd alle verschillende matrasvarianten achter elkaar maken. En dat twee keer zo snel als met de hand. In 2023 zijn we gestart met proefdraaien, ter voorbereiding op de officiële opening in februari 2024. Uiteindelijk kunnen we hier 430 circulaire matrassen per dag maken. Automatisering heeft meer voordelen dan alleen snelheid en efficiëntie. Denk aan een constantere kwaliteit en minder verspilling van grondstoffen en adhesive, het hechtsysteem dat speciaal is ontwikkeld voor onze circulaire matrassen. De opening van deze fabriek is een enorme mijlpaal voor Auping. En het bewijs dat het produceren van circulaire producten echt mogelijk is binnen een economisch rendabel model.

Stefan ten Dam, Projectmanager

‘Als iets nog nooit is gedaan, moet je vooral geloven dat het kan’

Als Projectmanager vervulde Stefan ten Dam een sleutelrol bij meerdere wereldprimeurs: de introductie van 's werelds eerste volledig circulaire matras in 2018 én meer recent de ontwikkeling van onze nieuwe, grotendeels gerobotiseerde productielijn. Onze pilotfabriek is uniek in zijn soort, net als de vier robots die speciaal voor Auping zijn ontworpen.

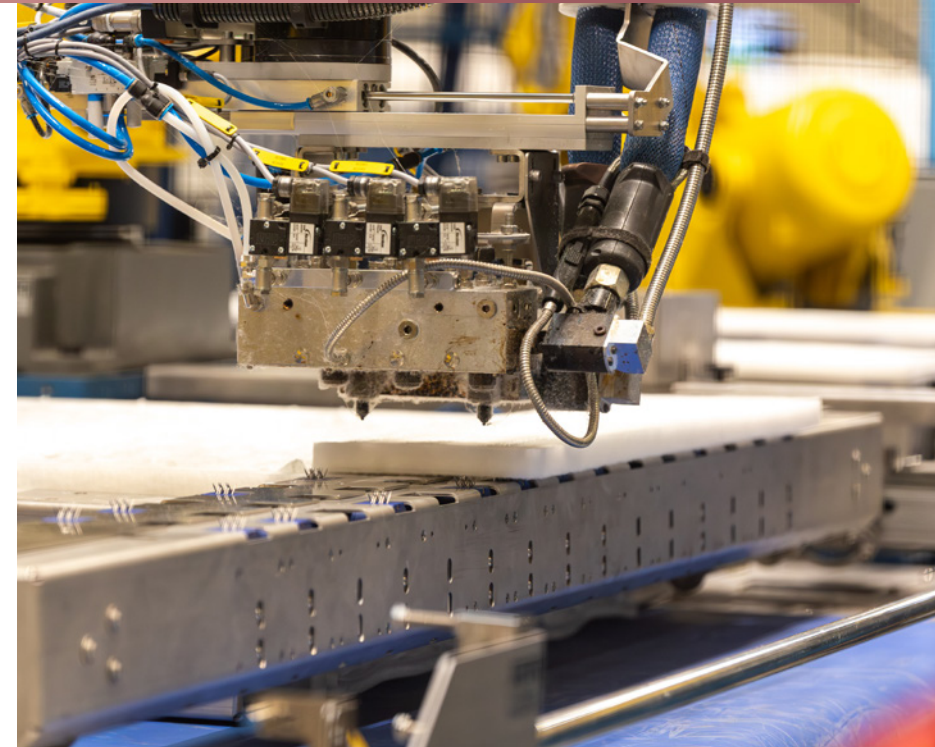
‘Als Projectmanager was ik in 2023 de ‘verbinder’ tussen het technische team van Auping en onze externe partners, Machinefabriek Geurtsen en Hollander Techniek. Als mijn kinderen mij in 2050 vragen wat ik heb gedaan om de wereld een beetje beter te maken, kan ik ze vertellen dat ik heb bijgedragen aan een betere manier van werken, aan



minder verspilling. Bij Auping hebben we bewezen dat we kwalitatieve matrassen kunnen maken, die ook nog eens circulair zijn. Nu gaan we de volgende fase in en laten we zien dat we die circulaire matrassen ook op een competitieve manier kunnen produceren.

Het jaar 2023 stond vooral in het teken van proefdraaien in de nieuwe pilotfabriek. Dat was best een uitdaging. Enerzijds omdat deze productielijn heel veel verschillende matrasvarianten ordergestuurd en op een logistiek verantwoorde manier moest kunnen produceren. Anderzijds omdat alles nieuw was. Deze fabriek staat nergens anders. Deze robots ook niet. Elk onderdeel is nieuw. Je kunt niet afkijken. Het is echt pionieren. Als iets nog nooit is gedaan, is het vooral belangrijk dat je gelooft dat het kan.’

Opening circulaire matrassenfabriek



Thema	Indicator	2022	2023	2025	2030
1. Assortiment	CTI-score (gewogen)	25,8%	59,4%	70%	90%
	Hergebruik retouren	-	59%	70%	100%
2. Inkoop materialen	Gerecyclede content	-	44%	50%	60%
	Duurzaam hout	87%	90%	100%	100%
	Duurzaam textiel	49%	53%	65%	100%
	Inzicht in 2 nd tier	25%	25%	50%	100%
3. Reststroom	Reststroom	17,1%	16,8%	15%	10%
	Recycling en hergebruik	58,7%	58,6%	65%	80%

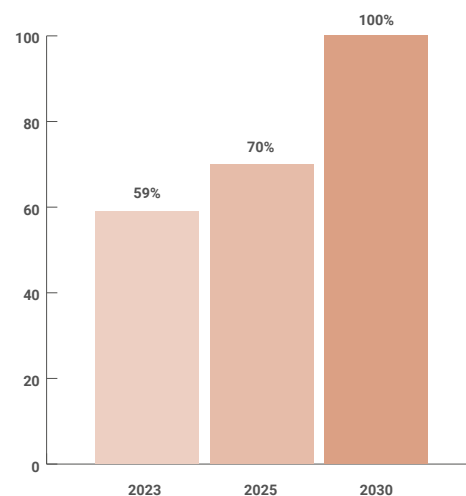
Hergebruik retouren

Bij Auping hebben we een duidelijk doel: producten maken die lang meegaan en bovendien geschikt zijn voor hergebruik, en dat zoveel mogelijk op hetzelfde hoogwaardige niveau. Wanneer een product om welke reden dan ook bij ons terugkomt, gooien we het natuurlijk niet weg. Wat doen we dan wel? Bij het verwerken van retouren maken we onderscheid tussen:

- **Re-use:** als het product niet gerepareerd hoeft te worden, plaatsen we het weer in onze voorraad om te verkopen of bieden we het aan onze medewerkers aan tegen een gereduceerd tarief
- **Repair:** denk aan het vervangen van de tijk of matraskern bij een klacht van een klant
- **Refurbish:** hierbij worden onderdelen van het product vervangen of gerepareerd, zodat het product opnieuw verkocht kan worden. Denk aan een refurbished Auronde
- **Recycling op gelijkwaardig niveau:** als onze circulaire matrassen terugkomen, maken we na verwerking van de materialen een nieuw, gelijkwaardig matras
- **Downcycling:** als de bovenstaande opties niet mogelijk zijn, willen we retouren alsnog zoveel mogelijk recycleren. Voor onze niet-circulaire matrassen werken we bijvoorbeeld samen met Retourmatras en Matras Recycling Europe (MRE).

In 2023 was het percentage aan hergebruik of recycling van retouren 59%. Ons doel is om dit percentage verder te verhogen naar 70% in 2025 en 100% in 2030. Zie onderstaande figuur.

Figuur 5: Ambitie hergebruik of recycling van retouren

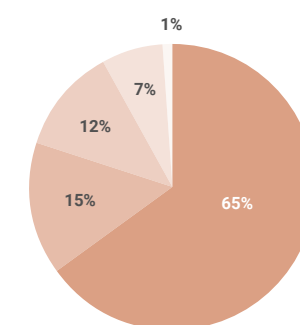


Matrassen

In Europa alleen al worden er elk jaar ongeveer 35 miljoen matrassen afgedankt. Veel matrassen belanden op de vuilstort of worden verbrand. Daarom zijn wij in 2011 al gestart met het Auping Take Back System. Maar we willen het nóg beter doen. Ongeveer 65% van onze retouren zijn matrassen (zie figuur 6). Voor onze circulaire matrassen hebben we een retourstroom ingericht. Die loop hebben we gesloten. Op het moment dat een circulair matras terugkomt – dit kan zijn omdat er in de productie iets mis is gegaan of omdat de consument gebruik maakt van onze omruilservice – maken we hiervan een nieuw matras. Als niet-circulaire matrassen bij ons terugkomen, kijken we altijd eerst of we deze – al dan niet na reparatie – opnieuw kunnen verkopen. Als dit niet mogelijk is, werken we

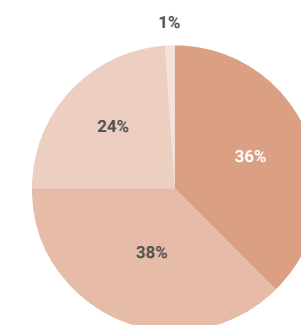
samen met onze partners Retourmatras en Matras Recycling Europe om ervoor te zorgen dat deze matrassen worden gerecycled. Zij maken bijvoorbeeld deurklinken van onze pocketveren en het schuim krijgt een tweede leven als ondertapijt, geluidsisolatie materiaal of als shockpad onder sport- en kunstgrasvelden. Van alle matrassen die op dit moment terugkomen, wordt 38% gerecycled op gelijkwaardig niveau. (Zie figuur 7)

Figuur 6: Verdeling retouren in productgroepen



- Matrassen
- Bedden
- Boxsprings
- Spiraalbodems
- Bedding

Figuur 7: Verwerking van matrassen die retour komen



- Downcycling of afdanking
- Recycling gelijkwaardig niveau
- Repair
- Re-use

Overige producten

De rest van onze retouren bestaat uit bedden van hout of aluminium, boxsprings of spiraalbodems van staal. Een deel van deze producten is geschikt om alsnog te verkopen. Materialen als staal en A-hout zijn daarnaast goed te hergebruiken. Op dit moment wordt het grootste deel van deze retouren nog gerecycled in de vorm van een laagwaardiger product. Daarom zetten we de komende jaren in op het ontwikkelen van refurbishment oplossingen, zodat we deze producten en materialen net als onze circulaire matrassen op een gelijkwaardig niveau kunnen hergebruiken.

2. Inkoop materialen

Thema	Indicator	2022	2023	2025	2030
1. Assortiment	CTI-score (gewogen)	25,8%	59,4%	70%	90%
	Hergebruik retouren	-	59%	70%	100%
2. Inkoop materialen	Gerecyclede content	-	44%	50%	60%
	Duurzaam hout	87%	90%	100%	100%
	Duurzaam textiel	49%	53%	65%	100%
	Inzicht in 2 nd tier	25%	25%	50%	100%
3. Reststroom	Reststroom	17,1%	16,8%	15%	10%
	Recycling en hergebruik	58,7%	58,6%	65%	80%

De CTI-tool laat duidelijk zien dat het bij duurzaamheid niet alleen om de outflow gaat, maar ook om de inflow. Dus moet je heel goed nadenken over je materiaalkeuze. Daarin ligt een belangrijke taak weggelegd voor onze afdeling Inkoop.

Meer recycled content

In 2023 werkte Auping samen met 58 productgerelateerde leveranciers. 44% van onze producten bestaat uit recycled content. Hiermee hebben we onze ambitie voor 2025 al behaald en hebben we ons target voor 2025 aangescherpt van 35% naar 50%. We werken toe naar 60% in 2030. In 2023 heeft onze afdeling Inkoop met een groot aantal leveranciers om tafel gezeten om het percentage recycled content te verhogen.

Meer duurzaam hout en gecertificeerd textiel

Onze Inkoopers stellen ook bij het inkopen van hout, textiel en andere materialen steeds hogere duurzaamheidseisen. Op dit moment maken we al veel gebruik van duurzaam hout voor onze bedden. In 2023 was dit percentage 90%. Dit percentage is het aandeel ingekocht hout van aantoonbaar duurzame oorsprong. We naderen ons doel: 100% duurzaam hout in 2025. Waar we kunnen verbeteren, is bijvoorbeeld bij onze hoofdborden. De binnenkant is vaak gemaakt van resthout, wat op zich duurzaam is. Maar we hebben op dit moment onvoldoende inzicht in de precieze herkomst van dit hout en of dit ook duurzaam hout is. Daarnaast gaan we op zoek naar alternatieven voor multiplex hout, waarvan we onze Auronde maken.

Waar mogelijk gebruiken we duurzaam textiel in onze producten. Het gaat daarbij om stoffen voor onze boxsprings, kussens, dekbedden en bedtextiel. Omdat textiel zoveel verschillende toepassingen kent, is het lastig één definitie voor duurzaam textiel te hanteren. Wij gebruiken als uitgangspunt: GOTS-gecertificeerd, GRS-gecertificeerd, stoffen van 100% recycled content en volledig en hoogwaardig te recyclen textiel. Het aandeel duurzaam textiel in onze collectie in 2023 was 53%. We streven naar 65% in 2025 en 100% in 2030.



Inzicht in de 2nd tier

Onze afdeling Procurement heeft daarnaast in 2023 een sleutelrol gespeeld in het opvragen van data, niet alleen van onze directe leveranciers, maar ook van de leveranciers van onze leveranciers. Dit noemen we de 2nd tier. Dit heeft nu al geresulteerd in een completere CTI-analyse. De komende jaren willen we nog meer zicht krijgen op onze totale keten. In 2030 willen we alle leveranciers van onze leveranciers kennen.

Mariëlle Koenders, Purchaser

‘Ik vind het altijd heel mooi als er gekozen wordt voor duurzaamheid in plaats van de laagste prijs’

Van tenders voor nieuwe tijkstoffen tot fairtrade koffie voor in onze eigen kantine, maar ook leveranciers onze Code of Conduct laten tekenen; als Purchaser is Mariëlle Koenders betrokken bij uiteenlopende projecten.

‘Mijn werk is echt heel afwisselend. Ik heb contact met zoveel verschillende afdelingen. Bij inkooptrajecten is het natuurlijk zo dat de prijs goed moet zijn, maar daarnaast proberen we waar mogelijk te sturen richting een zo duurzame keuze. In 2023 heb ik meegewerkt aan een inkooptraject voor nieuwe matrasstoffen. Onze wens was om het percentage recycled



content te verhogen. Natuurlijk wel binnen een bepaald budget en zonder concessies te doen als het gaat om kwaliteit. Het is best een uitdaging om alle verschillende belangen tegen elkaar af te wegen. Willen we het hoogst haalbare als het gaat om recycled content? Kiezen we voor een nieuwe innovatie of iets wat al uitvoerig is getest? En past het binnen het budget? Tegelijkertijd maakt die uitdaging mijn werk ook heel leuk. Zelf vind ik het altijd heel mooi als er gekozen wordt voor duurzaamheid in plaats van de laagste prijs.’

3. Reststroom

Thema	Indicator	2022	2023	2025	2030
1. Assortiment	CTI-score (gewogen)	25,8%	59,4%	70%	90%
	Hergebruik retouren	-	59%	70%	100%
2. Inkoop materialen	Gerecyclede content	-	44%	50%	60%
	Duurzaam hout	87%	90%	100%	100%
	Duurzaam textiel	49%	53%	65%	100%
	Inzicht in 2 nd tier	25%	25%	50%	100%
3. Reststroom	Reststroom	17,1%	16,8%	15%	10%
	Recycling en hergebruik	58,7%	58,6%	65%	80%

Bij Auping gooien we zo min mogelijk weg. En als we toch afval hebben, scheiden we het zo goed mogelijk, zodat onze partners dit goed kunnen recyclen en hergebruiken. Als dit niet mogelijk is, wordt afval omgezet in biomassa. Ons streven is om zo min mogelijk – het liefst geen – afval te verbranden.

Auping voert al jaren een koers van afvalreductie. We berekenen dit aan de hand van het kilogram restmaterialen ten opzichte van de totale hoeveelheid ingekochte materialen. In 2023 bedroeg het afvalpercentage 16,8%, een daling van 0,3% ten opzichte van 2022 (17,1%). Ons doel is om in 2030 de hoeveelheid afval beperkt te hebben tot maximaal 10% van de ingekochte materiaalstroom.

Dat we elk jaar minder reststromen hebben, is onder andere het resultaat van stabielere processen. We kunnen op dit moment een vrij nauwkeurige inschatting maken van de hoeveelheid afval die we produceren. Ook werken we hard aan het vergroten van het bewustzijn onder al onze medewerkers. In 2023 hadden we een scheidingspercentage van 91%. Daar zijn we trots op. Het laat zien dat we niet zomaar dingen weggooien. Daarnaast werken we nauw samen met Milgro, onze partner op het gebied van afvalverwerking, recycling en hergebruik. Milgro is net als Auping een Nederlands bedrijf dat gelooft dat een wereld zonder afval mogelijk is. Voor ons is Milgro ook een belangrijke kennispartner. Ze brengen onze reststromen nauwkeurig in kaart en leggen vast wat waar naartoe gaat. De cijfers hieronder zijn hier het resultaat van (figuur 8). Onze productieleders ontvangen elke maand een uitgebreide rapportage, zodat we nog beter kunnen sturen op het verminderen van reststromen. Milgro is daarnaast regelmatig in onze fabriek te vinden om onze mensen te helpen om het nog beter te doen.

Figuur 8: Verwerking per reststroom

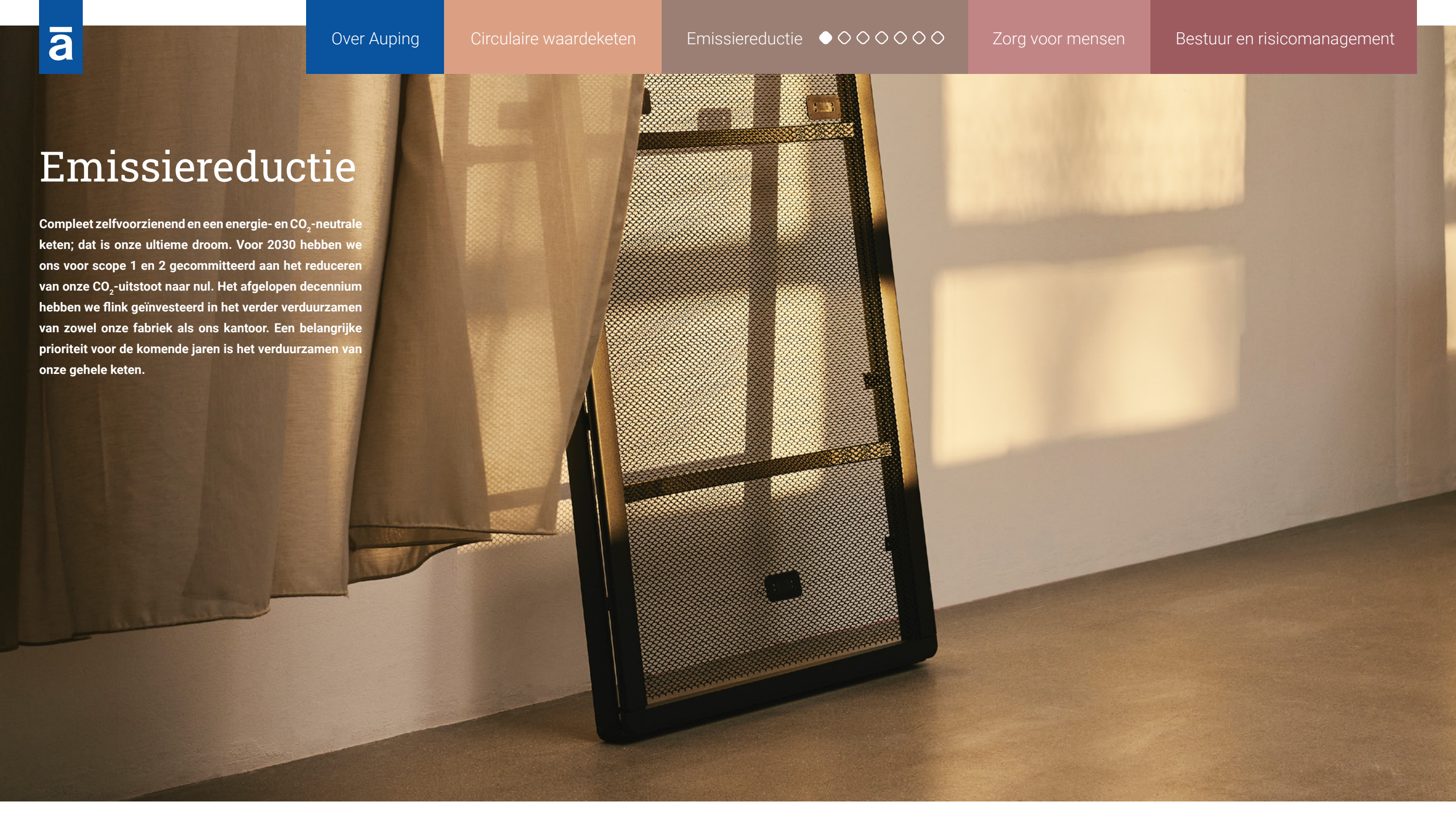
Verwerking afval in kg	2022	2023
B-Hout	268.000	245.000
Metalen	212.000	187.000
Karton	175.000	165.000
Textiel	140.000	146.000
Restafval	116.000	99.000
Matrassen	129.000	70.000
Klein gevaarlijk afval (KGA)	93.000	90.000
Overig	125.000	122.000
Totaal (-% reductie t.o.v. basisjaar 2021):	1.258.000 (-22,5%)	1.124.000 (-10,7%)

In 2023 werd 58,6% gerecycled en 22,1% omgezet in biomassa. Biomassa is organisch materiaal afkomstig van alle plantaardige en dierlijke grondstoffen, zoals bijvoorbeeld hout. Het verbranden van biomassa genereert warmte en kan worden omgezet in vloeibare brandstoffen. Het doel voor de toekomst is om vooral het percentage afval dat wordt gerecycled of hergebruikt te verhogen. Dit gebeurt al voor metaal, karton en textiel. B-hout wordt op dit moment nog omgezet naar biomassa. In 2030 willen we 80% van onze reststromen recyclen of hergebruiken. Het percentage afval dat wordt verbrand, willen we het liefst naar 0%. Dat betekent dat we ook bij het inkopen van grondstoffen en materialen steeds meer rekening zullen houden met mogelijke reststromen en hoe goed dit afval te recyclen of hergebruiken is.



Emissiereductie

Compleet zelfvoorzienend en een energie- en CO₂-neutrale keten; dat is onze ultieme droom. Voor 2030 hebben we ons voor scope 1 en 2 gecommitteerd aan het reduceren van onze CO₂-uitstoot naar nul. Het afgelopen decennium hebben we flink geïnvesteerd in het verder verduurzamen van zowel onze fabriek als ons kantoor. Een belangrijke prioriteit voor de komende jaren is het verduurzamen van onze gehele keten.



Emissiereductie

Thema	Indicator*	2022	2023	2025	2030
1. Scope 1	tCO ₂ e	824	588	500	0
	Gasverbruik m ³ in NL	132.223	115.009	0	0
2. Scope 2	tCO ₂ e	46,6	70,3	80	0
	Elektriciteitsverbruik	3.581.783	3.455.950	+5%**	-5%**
	Groene energie NL	100%	100%	100%	100%
	Eigen opwekking NL	28%	28%	50%	80%
3. Scope 3	tCO ₂ e	20.990	17.900	-15%**	-50%**

* Definities indicatoren in bijlage op pagina 49.

** Waar een percentage in combinatie met een plus- of minteken staat, betreft dit onze doelstelling ten opzichte van 2022.

Onze ambitie

In onze fabriek gebruiken we zo min mogelijk energie en het liefst helemaal geen gas. Wat we aan energie gebruiken, willen we daarnaast zoveel mogelijk zelf opwekken. De afgelopen jaren hebben we veel geïnvesteerd in een energiezuinige bedrijfsvoering. Inmiddels richten we ons steeds meer op het reduceren van de impact van zowel onze eigen productie als onze gehele keten. We weten namelijk dat bijna 97% van onze totale impact voortkomt uit emissies in onze keten. Het verduurzamen van onze keten vormt dan ook een belangrijk speerpunt voor de komende jaren.

Onze waardepijler 'Energiezuinige bedrijfsvoering' hebben we daarom hernoemd naar 'Emissiereductie'. Daar hoort ook een aangescherpte doelstelling bij:

In 2030 zijn we CO₂-neutraal binnen onze eigen operatie (scope 1 en 2) en hebben we de CO₂-uitstoot in onze keten met 50% gereduceerd ten opzichte van 2022 (scope 3).

Zo meten we onze impact

Van 2019 tot en met 2022 hebben we de CO₂-uitstoot binnen onze eigen operatie gemeten volgens industriegemiddelden en calculaties. Om de nauwkeurigheid van onze metingen te verbeteren en in voorbereiding op de komst van de nieuwe CSRD-richtlijn zijn we een samenwerking aangegaan met duurzaam adviesbureau 2BHonest, een partner die onze visie op duurzaamheid en transparantie deelt.

Onze inzichten in CO₂-reductie en waar we naartoe willen als het gaat om de directe CO₂-uitstoot binnen onze organisatie (scope 1), de indirecte CO₂-uitstoot binnen onze organisatie (scope 2) en de CO₂-uitstoot in onze keten (scope 3) brengen we in dit Auping Impact Report nadrukkelijker naar voren dan voorheen. We kijken daarbij meer naar 'impact' dan naar energiereductie, hebben de indicatoren per scope uitgebreid en werken met preciezere emissiefactoren. Daardoor is dit rapport completer, nauwkeuriger en transparanter dan ooit. Dat is mooi, maar maakt het vergelijken met voorgaande jaren ook iets lastiger. Daarom hebben we enkele indicatoren uit 2022 laten herberekenen op basis van nieuwe emissiefactoren.

Figuur 9: tCO₂e per scope

Scope	tCO ₂ e		
	2021	2022	2023
Scope 1	615	824	588
Scope 2	0*	47	70
Scope 3	30.158	20.990	17.900
Totaal	30.773	21.861	18.559

* Ten opzichte van 2021 hebben we scope 2 zowel in 2022 als 2023 uitgebreid met extra indicatoren. Zie pagina 34 voor uitgebreidere toelichting.

Kijkend naar de totale emissies over alle scopes, zien we een aanhoudende dalende trend. Daar zijn we trots op. Scope 1 en 2 zijn nauw met elkaar verbonden. De totale CO₂-uitstoot van deze twee scopes daalt, al zien we in 2023 een lichte stijging in scope 2. Gas- en dieselsbesparende maatregelen in scope 1 leiden namelijk vaak tot een toename van het elektriciteitsverbruik in scope 2. De komende jaren richten we ons vooral op een substantiële emissiereductie in scope 3.

Onze scopes

• Scope 1: directe CO₂-uitstoot binnen onze organisatie

We gebruiken zo min mogelijk gas in zowel onze fabriek als ons kantoor. De komende jaren zetten we de laatste stappen om volledig gasvrij en CO₂-neutraal in scope 1 te zijn.

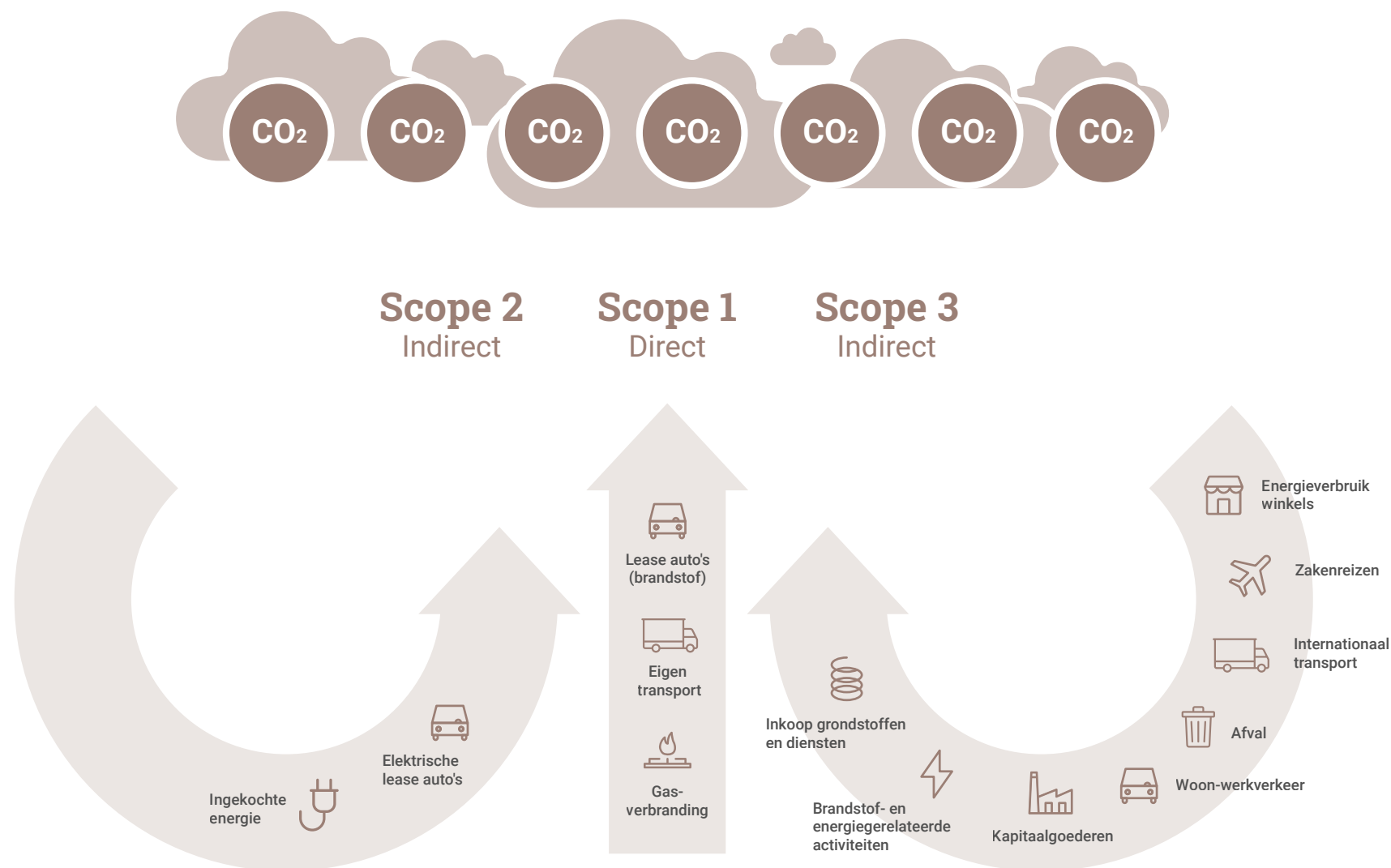
• Scope 2: indirecte CO₂-uitstoot binnen onze organisatie

In onze fabriek en kantoren in Nederland, België, Duitsland en Scandinavië minimaliseren we het elektriciteitsgebruik. In Nederland maken we gebruik van 100% groene stroom en zonnepanelen. Daarnaast kunnen onze medewerkers hun elektrische auto's op kantoor opladen met groene stroom. Groen laden bij andere oplaadpunten willen we de komende jaren meer stimuleren.

• Scope 3: CO₂-uitstoot in onze keten (scope 3)

Als het gaat om emissies, voelen we ons niet alleen verantwoordelijk voor onze eigen operatie, maar voor onze complete keten. In scope 3 heeft de inkoop van (kapitaal)goederen en diensten verreweg de meeste impact. Daarom werken we nauw samen met onze leveranciers om de CO₂-uitstoot in onze keten te reduceren.

Figuur 10: Emissies per scope



Scope 1

Op weg naar CO₂-neutraal en volledig aardgasvrij

Onder scope 1 valt onder andere het gebruik van gas in onze fabriek en onze kantoren in Nederland, België, Duitsland en Scandinavië, en het brandstofverbruik van voertuigen (zowel in eigen bezit als geleased). De emissies in scope 1 zijn in 2023 met 236 tCO₂e gedaald ten opzichte van 2022. Dit is vooral het resultaat van een sterke afname in het gebruik van gas en diesel. Om een volledig gasvrije operatie te realiseren, zullen we binnen nu en enkele jaren onze moffeloven, waarmee we de lak op onze producten uitharden, elektrificeren. Dit zal ons gasverbruik met 95% verminderen. Daarnaast hebben we bijna alle leaseauto's die nog op benzine of diesel rijden vervangen door elektrische leaseauto's. Een deel van ons goederentransport vindt nog wel plaats met diesel vrachtwagens. Om volledig CO₂-neutraal te zijn binnen scope 1, willen we uiteindelijk ook onze eigen vrachtwagens elektrificeren.

Scope 2

Reductie van de indirecte CO₂-uitstoot binnen onze organisatie

Onder scope 2 valt alle energie die we inkopen voor gebruik in onze fabriek en ons kantoor in Deventer. Ook het energieverbruik van onze internationale kantoren in België, Duitsland en Scandinavië valt onder scope 2. Hoewel ons elektriciteitsverbruik in 2023 is gedaald, is onze CO₂-uitstoot wel iets gestegen ten opzichte van 2022. In 2021 was onze CO₂-uitstoot in scope 2 zelfs nul. Deze stijging is onder andere het resultaat van het elektrificeren van ons wagenpark én het feit

dat we in 2023 ook de gereden kilometers met elektrische leaseauto's hebben meegenomen in de CO₂-berekening van scope 2. Hierbij zijn we voor nu uitgegaan van grijze stroom. In werkelijkheid kan dit een stuk lager uitvallen, omdat veel medewerkers hun elektrische leaseauto's op kantoor laden en gebruik maken van 100% groene stroom. Daarnaast is het aannemelijk dat onze medewerkers ook gebruik maken van andere oplaadpunten met groene stroom, maar op dit moment hebben we hier onvoldoende inzicht in. Om in 2030 CO₂-neutraal te zijn in scope 2, willen we in kaart brengen wat de daadwerkelijke verhouding tussen groene en grijze stroom is bij het laden van elektrische auto's. Daarnaast willen we onze medewerkers meer stimuleren om te laden met groene stroom.

Elektriciteitsverbruik

In onze fabriek en op ons hoofdkantoor gebruiken we zo min mogelijk elektriciteit. Daarom vind je in onze fabriek in Deventer geen airco of cv-ketel, maar maken we slim gebruik van warmte-koudeterugwinning. Ook besparen we op elektriciteit, onder andere door middel van daglichtvangers, waardoor we minder lampen gebruiken. In 2023 hebben we minder elektriciteit verbruikt dan in 2022. Dit is deels het resultaat van lagere productieaantallen en het feit dat we geen mond-neusmaskers meer produceren. De komende jaren verwachten we dat gas- en dieselbesparende maatregelen in scope 1 zullen leiden tot een hoger elektriciteitsverbruik in scope 2. Wel hebben we de ambitie om uiteindelijk ons elektriciteitsverbruik met 5% te verminderen ten opzichte van 2022.

Zo energiezuinig is onze fabriek

Onze fabriek in Deventer is al energiezuinig en maakt gebruik van slimme, energiebesparende technologieën, zoals:

- Luchthuishouding met warmteterugwinning: we gebruiken restwarmte om de ventilatielucht voor te verwarmen.
- Warmte-koudeopslag: in warme periodes slaan we warmte op voor verwarming in koude periodes. En tijdens warme zomerdagen gebruiken we kou die we in de winter hebben opgeslagen.
- Warmte-overdracht van onze fabriek naar ons kantoor.
- Slim ventilatiesysteem met sensoren die weten hoeveel mensen in een ruimte zitten.
- Reflecterende dakbedekking, waardoor het binnen minder warm is en er minder verkoelende maatregelen nodig zijn.
- Heat pipes voor warm water op het dak slaan de warmte van de zon op en werken als zonneboiler voor de verwarming van ons water.
- Intelligente ledverlichting.
- Een gesloten grijs-water-circuit.
- Een biomassaketel.
- Zonnepanelen.

Groene energie en eigen opwekking

De energie die we inkopen voor onze locaties in Nederland is al 100% groene energie. Nederlandse windenergie om precies te zijn. Maar we willen vooral onze eigen energie opwekken. In 2023 hebben we 28% van ons energieverbruik opgewekt via onze zonnepanelen. Onze doelstelling is om 50% van ons energieverbruik op te wekken in 2025 en 80% in 2030. In 2023 hebben we geïnvesteerd in 180 extra zonnepanelen op het dak van ons kantoor. Deze zijn vanaf het begin van 2024 operationeel, dus hebben in 2023 nog niet bijgedragen aan meer eigen opwekking. In totaal hebben we straks 3.268 zonnepanelen op onze daken, waarmee we een grote stap zetten richting onze ambitie om in 2030 80% van onze energie zelf op te wekken. Daarnaast onderzoeken we mogelijkheden om onze eigen duurzame energie op te slaan, gekoppeld aan nog meer zonnepanelen. In 2023 hebben we tot slot ons kantoor geoptimaliseerd naar een 'smart building', waarmee we meer kunnen sturen op efficiënt gebruik en CO₂-besparing. Zo heeft ons kantoor een nieuw ventilatiesysteem met slimme sensoren, die de luchtcirculatie aanpassen op het aantal mensen dat daadwerkelijk in een ruimte zit.

Ook onze internationale kantoren worden steeds duurzamer. Zo is het grijze elektriciteitsverbruik hier met 25% afgenomen. Het gebruik van district heating (stadsverwarming) door ons kantoor in Denemarken is met 16% verminderd. Onze collega's in Scandinavië hebben geïnvesteerd in nieuwe thermostaten voor een betere lucht- en warmtecirculatie, wat ook heeft geleid tot een vermindering in het elektriciteitsverbruik.

Gerrit Leeftink, Manager Maintenance, Utility & Facility

'Mijn droom is om de ambitie van Auping zelfs te overtreffen'

Als Manager Maintenance, Utility & Facility is er binnen Auping geen ruimte waar Gerrit Leeftink niets over te zeggen heeft. Zijn takenpakket omvat alles van energie en afval tot vastgoed en installaties. Op het gebied van energiezuinige bedrijfsvoering heeft hij grote ambities en dromen.

'Ik zie mijzelf binnen Auping echt als een ondernemer met een heel duidelijk doel. En daar geniet ik echt ontzettend van. Mijn droom voor Auping is een minimale footprint als het gaat om elektra en gas. Eigenlijk wil ik de doelstelling van Auping zelfs overtreffen. Mijn ultieme wens is dat we compleet zelfvoorzienend zijn. Wat mijn werk uitdagend maakt, is dat ik daar



heel veel stakeholders voor nodig heb. De gemeente, het MT, de commerciële teams, productieleiders, eigenlijk iedereen die bij Auping werkt. Want ook collega's in de productie die het licht uitdoen en de machines uitzetten, voordat ze met pauze gaan, zijn nodig om onze ambities te realiseren. Ik zie het bewustzijn onder alle collega's ook groeien en dat is heel mooi om te zien. Als organisatie zijn we echt heel ver op het gebied van energiezuinige bedrijfsvoering. Waar een ander genoeg neemt met een jaaroverzicht van de energieleverancier, meten wij van elke machine in elke productielijn hoeveel elektra er verbruikt wordt. Zo weten we op detailniveau waar we kunnen besparen.'

Scope 3

Ketenimpact

Scope 3 omvat de inkoop van grondstoffen, diensten en verpakkingen, de inkoop van kapitaalgoederen, het energiegebruik door onze winkels, emissies als gevolg van zakenreizen en woon-werkverkeer met eigen vervoer, de afvalverwerking uit onze eigen operatie en internationaal transport. We weten al jaren dat we met scope 3 de grootste impact maken. Maar liefst 97% van de emissies komt uit scope 3. In 2023 was hiervan 90% afkomstig uit activiteiten gerelateerd aan de inkoop van (kapitaal)goederen en diensten en 4% uit de activiteiten van de Auping Stores en Studio's (zie figuur 11). Dat betekent dat we nog meer de samenwerking zullen moeten opzoeken met onze leveranciers, franchisenemers en andere partners. Daarbij gaan we voor langetermijnrelaties, maken we duidelijke afspraken en besteden we veel aandacht aan het uitwisselen van kennis.

Figuur 11: Verdeling tCO₂e binnen scope 3

Scope 3	tCO ₂ e		
	2021	2022	2023
Inkoop grondstoffen en diensten	21.117	18.888	13.662
Kapitaalgoederen	2.350	264	2.471
Brandstof- en energiegerelateerde activiteiten	688	292	158
Internationaal transport	1.303	551	571
Afval	0	20	21
Zakenreizen	160	56	49
Woon-werkverkeer	172	293	340
Winkels	43.668	626	628
Totaal scope 3	30.158	20.990	17.900

Figuur 12: De verdeling tCO₂e binnen scope 3 in 2023

Inkoop van grondstoffen en diensten

In 2023 zijn de emissies als resultaat van alle ingekochte materialen aanzienlijk afgenomen. Dat is mooi en laat zien dat onze inspanningen effect hebben. We zien dat steeds meer leveranciers hun impact meten en concrete stappen zetten om te verduurzamen. Dat heeft er onder meer voor gezorgd dat we nu beter inzicht in de daadwerkelijke emissies van door ons ingekochte aluminium en staal hebben. Twee materialen met een zeer significante impact in scope 3. De CO-2 certificaten van leveranciers laten zien dat we kunnen rekenen met lagere emissiefactoren dan we in 2021 en 2022 deden.

Ook in de toekomst valt bij staal, aluminium en polyester nog meer winst te behalen (figuur 13). Dat zullen we niet doen door minder in te kopen, maar vooral door beter in te kopen. Bijvoorbeeld door meer recycled content in te kopen.

Figuur 13: tCO₂e per ingekochte grondstoffen

Ingekochte grondstoffen	tCO ₂ e			Ontw 2023 tov 2022
	2021	2022	2023	
Aluminium	2.554	2.202	457	-79%
Karton	314	299	293	-2%
Lijm	662	635	585	-8%
Latex	1.078	910	752	-17%
Natuurlijk organisch materiaal	8	28	36	26%
Overig	13	8	7	-10%
Overig synthetisch materiaal	360	478	318	-33%
Papier	65	67	63	-6%
Plastic	861	686	607	-12%
Polyester	4.678	4.950	4.369	-12%
PU schuim	1.959	1.362	942	-31%
Staal	7.947	6.534	4.725	-28%
Hout	437	311	326	5%
Metaal	-	-	8	
Totaal emissies alle materialen	20.935	18.471	13.489	-27%
Percentage t.o.v. LY		88%	73%	

Ingekochte kapitaalgoederen

In 2023 hebben we aanzienlijk meer kapitaalgoederen ingekocht dan in 2022. Dit betreft de inrichting van onze nieuwe fabriek en de aanschaf van nieuwe robots voor onze circulaire matrassenlijn. Een enorme, maar incidentele uitgave, waardoor we nu op een economisch rendabele manier circulaire matrassen kunnen produceren. In 2024 verwachten we dan ook een significante emissiereductie op dit vlak.

Totale CO₂-uitstoot

Als we kijken naar de totale uitstoot van scope 1 t/m 3, zien we in 2023 een daling per euro omzet. Hier zijn we trots op, gezien het feit dat we dit jaar een flinke stijging hebben gehad van het aantal ingekochte kapitaalgoederen (nieuwe fabriek). De CO₂-uitstoot per medewerker is met een daling van 13,6% aanzienlijk te noemen.

Figuur 14: tCO₂e per euro omzet

	2021	2022	2023
Omzet in Euro mln.	124,3	96,1	88,3
tCO ₂ e/Euro mln.	248	227	210
		-8%	-7,6%

Figuur 15: tCO₂e per medewerker

	2021	2022	2023
Aantal medewerkers	402	398	391
tCO ₂ e/medewerkers	77	55	47
		-28%	-13,6%

In 2030 willen we de totale CO₂-uitstoot in onze keten met 50% gereduceerd hebben ten opzichte van 2022. Dit betekent een vermindering van maar liefst 10.495 tCO₂e. We zijn optimistisch, maar realiseren ons ook dat dit een ambitieus doel is. Energiebesparende maatregelen in scope 1 en 2 leveren immers vaak ook een economisch voordeel op. Een impactdaling in scope 3 betekent echter vaak een kostenstijging. Aan recycled content hangt vaak nog een hoger prijskaartje. Er ligt dus een behoorlijke opgave voor ons, zowel als het gaat om emissiereductie, maar ook om onze missie te behalen om in 2030 een volledig circulair productassortiment te voeren (zie ook Circulaire Waardeketen, pagina 20). Deze twee waardepijlers zijn dan ook nauw met elkaar verbonden.



Zorg voor mensen

Bij Auping willen we al onze medewerkers een veilige werkomgeving bieden, waar iedereen zich thuis voelt, ongeacht leeftijd, ervaring, achtergrond, gender en geaardheid. Een plek waar mensen plezier en voldoening uit hun werk halen, waar oprechte aandacht voor elkaar is en waar iedereen zich kan blijven ontwikkelen, in elke fase van hun loopbaan. Zorg voor mensen betekent ook dat we aandacht hebben voor iedereen die in onze keten werkt. En natuurlijk voor onze klanten. Want een uitgeruste wereld is een betere wereld.



Onze visie op goed werkgeverschap

Thema	Indicator*	2022	2023	2025	2030
1. Favoriete werkgever	eNPS score	35	21	40	45
	Genderdiversiteit	34% /66%	34% /66%	40%/60%	50%/50%
2. Duurzame inzetbaarheid medewerkers	Gevoel van veiligheid	90%	92%	95%	100%
	Ziekteverzuim	9,4%	7,1%	4,5%	4%
	Fysieke veiligheid	-	68%	90%	90%
3. Ketenverantwoordelijkheid	Code of Conduct (NPR/PR)	-	60%/100%	80%/100%	80%/100%
4. Klanten	Good Sleep Quality (PSQI)	95%	65%	> 90%	> 90%

* Definities indicatoren in bijlage op pagina 49.

Goed werkgeverschap gaat niet alleen over duurzame inzetbaarheid, maar ook over werkgeluk, samenwerking, inclusiviteit, persoonlijke ontwikkeling en betekenisvol ondernemen. Uiteindelijk maken onze mensen het verschil. Dat waarderen we bij Auping niet alleen in de vorm van een goed salaris en uitstekende arbeidsvoorwaarden, maar ook door er alles aan te doen om mensen een veilige basis te bieden waar iedereen zichzelf kan zijn.

1. Favoriete werkgever

Elk jaar houden we een medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO). In 2023 namen voor het eerst ook medewerkers van onze kantoren in België, Duitsland en Scandinavië deel aan het onderzoek. Dit jaar mogen we onszelf wederom een World-class Workplace noemen. Het is fijn dat we met onze eNPS (Employee Net Promoter Score) van 21 maar liefst 11 punten boven de Nederlandse benchmark van onderzoeksbureau Effectory zitten. Tegelijkertijd is onze score gezakt ten opzichte van vorig jaar. Dit is deels te verklaren door een landelijke trend, want ook de landelijke benchmark is gedaald. Toch nemen we dit resultaat heel serieus. Onze eNPS laat duidelijk zien waar we het goed doen – werkplezier, arbeidsomstandigheden, teamdynamiek en teamleiderschap – en waar we kunnen verbeteren.

Een goede MTO-score is niet ons doel. Het doel is goed werkgeverschap. Daar hoort bij dat we signalen vanuit onze werknemers serieus nemen en waar nodig actie ondernemen. Zo hebben we in 2023 gewerkt aan de zichtbaarheid van het management door extra communicatiemomenten – zogeheten zeepkistsessies – te organiseren. Op verzoek van onze medewerkers hebben we daarnaast onze vitaliteitskalender uitgebreid. Zo hebben we in 2023 onder andere een slaapworkshop en een tafeltennistoernooi georganiseerd. En tot slot hebben we een interne awareness campagne gevoerd onder de noemer 'Leg de vis op tafel', bedoeld om medewerkers te stimuleren om zich uit te spreken wanneer hen iets dwars zit. Want als je de vis niet op tafel legt, gaat deze stinken.

Deze campagne ging gepaard met een training voor meer dan 100 medewerkers met als doel de onderlinge dialoog te versterken.

Bij Auping kijken we niet alleen naar gemiddelden, maar maakt elke teamleider op basis van zijn of haar teamscores een verbeterplan. Een belangrijke verandering in 2023 was daarnaast dat we zijn gestopt met de traditionele beoordelingsgesprekken, waar een financiële beloning aan gekoppeld was. Het financiële aspect vertroebelde het gesprek. Door hiermee te stoppen, gaan de gesprekken tussen leidinggevenden en teamleden nu veel meer over doelstellingen en persoonlijke ontwikkeling en voelen onze medewerkers meer vrijheid om 'die vis op tafel te leggen'.

Diversiteit

In ons werving- en selectiebeleid hebben we aandacht voor het voeren van de eerlijke dialoog en het opbouwen van teams die divers zijn als het gaat om leeftijd, ervaring, achtergrond, gender en geaardheid. Ons doel is dat ons werknemersbestand een goede weerspiegeling is van de samenleving. Zo streven we naar een meer gelijkmatige verdeling tussen mannen en vrouwen in zoveel mogelijk teams en willen we meer vrouwen aannemen in leidinggevende functies. Om daar te komen, houden we bij het aannemen van nieuwe werknemers rekening met de samenstelling van het betreffende team. Ook hebben we onze employer branding aangescherpt om nieuwe doelgroepen aan te spreken. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, want ook deze willen we graag aan Auping binden.

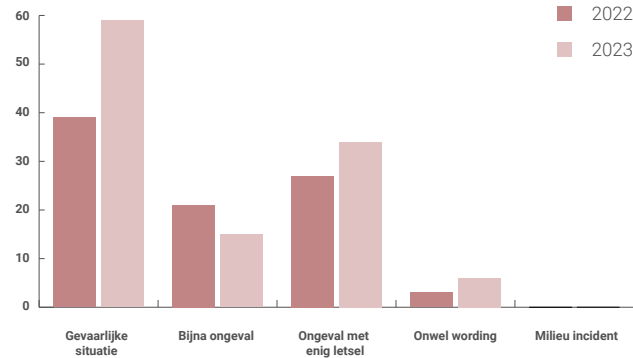
2. Duurzame inzetbaarheid medewerkers

Uit ons medewerkerstevredenheidsonderzoek blijkt dat maar liefst 92% van onze medewerkers zich veilig voelt. Daar zijn we niet alleen trots op, we doen er ook alles aan om dit resultaat te behouden en zelfs te overtreffen.

In 2023 hebben we ons beleid op het gebied van Health, Safety & Environment aangescherpt. Onderdeel hiervan was het uitrollen van een digitaal arbo-managementsysteem, waarmee we de drempel voor het melden van veiligheidsincidenten hebben verlaagd. Er zijn vijf categorieën voor HSE-meldingen (zie figuur 16). Het aantal meldingen is toegenomen sinds 2022 en dat is onder andere wat we met dit systeem wilden bereiken.

Het voorkomen van ongevallen is een belangrijk onderdeel van ons HSE-beleid. Hiervoor monitoren we de Fysieke veiligheid en in 2023 is deze indicator uitgekomen op 68%. Dit percentage is het aantal geconstateerde onveilige situaties ten opzichte van het aantal onveilige situaties inclusief ongevallen. De veiligheidsrondes, die structureel door HSE en groepsleiders uitgevoerd worden, staan hierbij aan de basis van de input. Een hoog percentage laat zien dat er binnen Auping een proactieve houding is als het gaat om het constateren onveilige situaties die een ongeval kunnen veroorzaken. Ons doel is om een Fysieke veiligheidspercentage van minimaal 90% te bereiken.

Figuur 16: Categorieën veiligheidsmeldingen



Ziekteverzuim

In 2023 is het ziekteverzuim binnen Auping met ruim 2% gedaald ten opzichte van 2022. Dat is mooi, maar we willen dit percentage de komende jaren nog verder verlagen naar 4% in 2030. Om deze doelstelling te behalen is een effectief HSE-beleid, gecombineerd met een focus op vitaliteit, mentaal welzijn en sociale veiligheid cruciaal. In 2023 hebben we wegens vertrek van de huidige vertrouwenspersonen twee nieuwe vertrouwenspersonen opgeleid die begin 2024 officieel zullen starten met hun rol. Daarnaast zijn we van plan om in 2024 een externe klachtencommissie in te richten om zo het proces rondom het melden van ongewenst gedrag en integriteitsschendingen optimaal geregeld te hebben.

Sandy Dollenkamp, HSE Manager

'We hebben flinke stappen gezet om het veiligheidsbewustzijn te vergroten'

Sinds begin 2022 is Sandy Dollenkamp als HSE Manager verantwoordelijk voor ons HSE-beleid. Een veelzijdige rol, waarbij ze niet alleen optreedt als adviseur voor HR en het MT, maar zich ook bezighoudt met zaken als de inrichting van de werkplekken, de organisatie van alle BHV-processen en interne audits.

'Als HSE Manager ligt mijn focus vooral op preventie, want we willen ongevallen vooral voorkomen. Maar ook sociale veiligheid valt deels binnen mijn domein. Ik wil ervoor zorgen dat iedereen binnen Auping zich veilig voelt en zichzelf kan zijn. Door zelf heel open te zijn, hoop ik al mijn collega's te laten zien dat dit ook kan en mag. Daarnaast zie ik het als mijn missie om het veiligheidsbewustzijn te vergroten. Op dat vlak hebben we in 2023 flinke stappen gezet. Met behulp van ons nieuwe arbo-managementsysteem zijn we in



2023 gestart met het uitvoeren van veiligheidsrondes (interne audits). De verantwoordelijkheid voor deze rondes ligt niet alleen bij mij, maar ook voor een groot deel bij de groepsleiders zelf. We zijn namelijk samen verantwoordelijk voor een veilige werkomgeving. Het streven is om jaarlijks tien rondes per groepsleider uit te voeren en ook steeds de kwaliteit van de rondes te verbeteren. Daarnaast vinden elk kwartaal zogeheten HSE-audits plaats, waarbij ik met de groepsleiders in gesprek ga over veiligheid en waar we kunnen verbeteren. Ook hebben we met het nieuwe systeem de drempel verlaagd om veiligheidsincidenten en gevaarlijke situaties te melden. En de cijfers laten zien dat de app werkt. Onveilige situaties worden veel vaker gemeld, ook wanneer er geen sprake is van een ongeval. Dat wijst op een actievere betrokkenheid onder alle collega's en dat helpt ons om preventieve acties te ondernemen en ons HSE-beleid continu te verbeteren.'

Sociaal werkgeverschap

In 2022 hebben we onszelf als doel gesteld om twintig stageplekken te creëren om jongeren de mogelijkheid te bieden om werkervaring op te doen en zich zo klaar te maken voor de eerste stappen op de arbeidsmarkt. Dit doel hebben we in 2023 behaald. We hechten veel waarde aan onze rol als leerbedrijf en een aantal huidige medewerkers is ooit bij Auping gestart als stagiair. De komende jaren willen we onze samenwerking met scholen in de regio extra versterken om zo nog meer studenten een stageplek te kunnen bieden.

Leren & ontwikkelen

In 2023 hebben we meer dan ooit ingezet op het ontwikkelen van onze medewerkers. In veel gevallen ging het om individuele trajecten, maar daarnaast hebben we een leergang verzorgd voor de groepsleiders van onze fabriek. De komende jaren gaan we het leeraanbod actiever en gestructureerder aanbieden en zal persoonlijke ontwikkeling een nog grotere rol spelen in de 'Goede Gesprekken' tussen medewerkers en leidinggevenden. Daarom hebben we in 2023 onze visie op leren en ontwikkelen neergezet. Ons doel is dat er voor iedereen een passend leeraanbod is. In 2024 lanceren we een nieuwe online leeromgeving voor onze interne medewerkers. Voor medewerkers van onze retailers bieden we al een uitgebreid online en offline leeraanbod via de Auping Academy. Daarnaast werken we samen met opleidingscentra in de regio om ook zij-instromers aan ons te binden. Zo werken we samen met Aventus en Randstad om toekomstige modinettes op te leiden. En waar nodig bieden we onze medewerkers taaltrainingen om de Nederlandse taal (beter) te leren.

Thema	Indicator*	2022	2023	2025	2030
1. Favoriete werkgever	eNPS score	35	21	40	45
	Genderdiversiteit	34% /66%	34% /66%	40%/60%	50%/50%
2. Duurzame inzetbaarheid medewerkers	Gevoel van veiligheid	90%	92%	95%	100%
	Ziekteverzuim	9,4%	7,1%	4,5%	4%
	Fysieke veiligheid	-	68%	90%	90%
3. Ketenverantwoordelijkheid	Code of Conduct (NPR/PR)	-	60%/100%	80%/100%	80%/100%
4. Klanten	Good Sleep Quality (PSQI)	95%	65%	> 90%	> 90%

* Definities indicatoren in bijlage op pagina 49.

3. Ketenverantwoordelijkheid

Bij Auping vinden we het belangrijk dat ook onze leveranciers handelen vanuit dezelfde normen en waarden als wij. Met al deze leveranciers maken we duidelijke afspraken, niet alleen over de producten en diensten die ze leveren, maar ook over waarden als goed werkgeverschap. Om vast te leggen dat we in onze hele keten op een ethische en maatschappelijk verantwoorde manier handelen, met respect voor mensenrechten, hebben we in 2022 onze Code of Conduct geactualiseerd. In 2023 zijn we in gesprek gegaan met onze leveranciers en heeft 100% van onze productgerelateerde leveranciers onze vernieuwde Code of Conduct ondertekend. Dit doel hebben we dus al bereikt. Voor niet-productgerelateerde inkoop, waar diverse diensten en goederen onder vallen, streven we naar 80% van de inkoopuitgaven in 2030. Met een percentage van 60,68% in 2023 zijn we goed op weg om ook dit doel te behalen.

4. Klanten

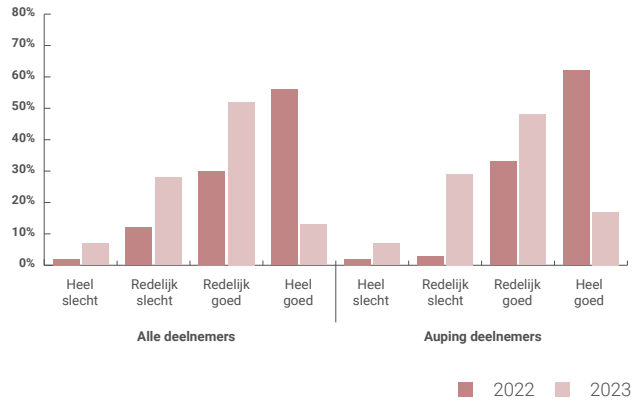
Alles wat we doen bij Auping is gericht op het brengen van rust. Rust voor de wereld, rust voor het lichaam en mentale rust. Dat doen we niet zomaar. Wie goed slaapt, is de beste versie van zichzelf. Een goede nachtrust is net zo belangrijk als gezond eten en voldoende bewegen. Iets wat we eigenlijk allemaal wel weten, maar vaak geen prioriteit geven. Er zijn heel veel factoren die onze slaapkwaliteit beïnvloeden. Als slaapexpert zien we het dan ook als onze taak om niet alleen kennis te vergaren, maar die ook te delen.

De waarde van rust

De waarde van rust kennen we bij Auping al heel lang. Niet voor niets werken we al meer dan 130 jaar aan de beste manieren om uit te rusten. Dat gaat verder dan alleen het maken van goede matrassen, bedden en boxsprings. Zo houdt onze afdeling Innovation & Research zich dagelijks bezig met onderzoek op het gebied van slaap en duurzaamheid. Dat is hard nodig, want onderzoek wijst uit dat onze slaapkwaliteit afneemt.

Elk jaar houden we een enquête onder een groep van 500 consumenten, waarbij we de deelnemers vragen om hun slaapkwaliteit van de afgelopen maand te beoordelen. Ongeveer tien procent van deze groep slaapt op Auping. De vragen uit deze enquête zijn gebaseerd op een deel van de Pittsburgh Sleep Quality Index, ontwikkeld door de Universiteit van Pittsburgh en internationaal één van de meest gebruikte methodes voor slaaponderzoek. Hoewel dit een te kleine steekproef is om stevige conclusies aan te verbinden, komen de resultaten overeen met andere wetenschappelijke onderzoeken die een afname in slaapkwaliteit meten (zie figuur 17). De impact van schermgebruik op regelmaat, stress en temperatuurswisselingen door klimaatverandering zijn belangrijke factoren.

Figuur 17: Enquete slaapkwaliteit



Kennis vergaren door wetenschappelijk onderzoek

Om de neurologische en psychologische basisprincipes van slaap nog beter te begrijpen, werkt Auping al jaren samen met verschillende universiteiten en wetenschappers en hebben we meerdere sportpartnerships. Zo hebben we bedden en matrassen geleverd aan het slaaplaboratorium van de Universiteit van Amsterdam, doen we sinds 2019 slaaponderzoek in samenwerking met de wielrenners van Team dsm-firmenich PostNL en hebben we de afgelopen vier jaar samen met de Technische Universiteit Eindhoven gewerkt aan het onderzoeksproject 'Anticipating the role of smart technologies in the dynamics of everyday life'. Tijdens dit laatste onderzoek hebben we onze kennis over de impact van klimaatverandering op onze slaapkwaliteit verdiept en onderzocht hoe we deze impact, bijvoorbeeld tijdens een hittegolf, kunnen verminderen door slim om te gaan met ventilatie. De inzichten van dit onderzoek gebrui-

ken we om onze producten nog beter te maken. Het bieden van optimale ventilatie is niet voor niets een speerpunt bij de ontwikkeling van onze matrassen.

Sponsor van de rust

Op tijd in slaap vallen en goed doorslapen maakt het verschil tussen winnen en verliezen. Dit is voor iedereen van belang, maar zeker voor sporters die zowel mentaal als fysiek een topprestatie leveren. Als 'Sponsor van de Rust' draagt Auping bij aan de sportieve ambities van verschillende teams. Niet alleen door ze te laten slapen op Auping matrassen, maar ook door het geven van slaapworkshops voor en met sporters. Zo hebben we sinds 2015 een samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond en sponsoren we sinds 2021 weer de Deventer-voetbalclub Go Ahead Eagles. Daarnaast zijn we al jaren partner van Team dsm-firmenich PostNL en werken we mee aan verschillende slaaponderzoeken in het Keep Challenging Center van Team dsm-firmenich PostNL in Sittard. Natuurlijk hebben we elke wielrenner ook voorzien van een passend matras en hoofdkussen. Alle Evolve matrassen reisden in 2023 zelfs mee naar Frankrijk voor de Tour de France.



Geert Doorlag, Researcher

'Dat we zoveel onderzoeken en experimenteren is typerend voor onze pioniersgeest'



Eén grote bron van slaapkennis, dát is Geert Doorlag. Als Researcher binnen de afdeling Innovation & Research leidt hij onderzoeken in samenwerking met verschillende externe partners, verzorgt hij slaapworkshops voor dealers, collega's en sporters én zorgt hij er tot slot voor dat de kennis die we als Auping delen wetenschappelijk onderbouwd is.

'Toen ik vijftien jaar geleden bij Auping begon als productontwikkelaar, duurde het niet lang voordat ik betrokken raakte bij verschillende onderzoeksprojecten. Inmiddels houd ik me al acht jaar fulltime bezig met onderzoeken op het gebied van duurzame materialen en ergonomie. In 2023 heb ik samen met

de Technische Universiteit Eindhoven onderzoek gedaan naar de invloed van klimaatverandering op onze slaapkwaliteit. Op basis van deze inzichten hebben we een prototype ontwikkeld van een draagbare ventilator voor in bed. Dit concept hebben we in 2023 getest onder een groep van twintig consumenten en sporters. Hieruit kwam naar voren dat deze groep gemiddeld 17% sneller in slaap viel en dat de ervaren slaapkwaliteit gemiddeld 6% beter was. Hoewel niet alle uitvindingen hun weg naar onze winkels vinden, dragen ze wel bij aan onze kennis. Het onderzoeken, proberen en experimenteren is heel typerend voor onze pioniersgeest.'

Slaapkennis borgen en delen

Bij Auping spannen we ons in om onze actuele kennis over goed slapen bij al onze stakeholders onder de aandacht te brengen. Dit doen we op verschillende manieren: workshops voor onze eigen medewerkers, trainingen en e-learnings voor retailers via de Auping Academy en kennisdeling via onze website en social media kanalen. Om onze kennis op het gebied van slaap op een wetenschappelijk onderbouwde,

actuele en consequente manier uit te dragen, heeft de afdeling Research het Auping Slaapgeheugen in het leven geroepen. Het resultaat is een uitgebreide slaapencyclopedie, die we actueel houden door de informatie continu te toetsen aan de laatste wetenschappelijke inzichten en aan te vullen met inzichten uit onze eigen onderzoeken.

Workshop: Zomertijd of wintertijd, wat kies jij?

Sinds 2022 werkt Auping samen met Marijke Gordijn, PhD, chronobioloog en auteur van het boek 'De klok met duizend wijzers'. Enerzijds om het verband tussen onze biologische klok en de kwaliteit van onze slaap te onderzoeken, anderzijds om niet alleen onze klanten, maar ook onze eigen medewerkers uit te rusten.

In 2023 hebben 69 Auping medewerkers meegedaan aan een onderzoek naar het verband tussen regelmaat en de slaapkwaliteit. Hieruit kwam onder andere naar voren dat 23% van de respondenten vaak of

altijd op verschillende tijden naar bed gaat en 28% heel slecht of redelijk slecht slaapt. Bij deze groep medewerkers was een heel duidelijk verband te zien tussen regelmaat en slaapkwaliteit. Om deze groep te helpen, heeft Marijke Gordijn in november 2023 de interactieve workshop 'Zomertijd of wintertijd, wat kies jij?' verzorgd over hoe je 'door op je biologische klok te kijken' beter kunt presteren, je beter zult voelen, beter gaat slapen en op de langere termijn gezonder blijft.



Bestuur en risico- management

De basis voor ons bedrijf



Management team

Van links naar rechts: Dijana Husedinovic, Jan-Joost Bosman, Martijn Aalders, Martijn van Haaf, Linda Hoebe, Mark Groot Wassink

Corporate governance

Auping is een structuurvennootschap, opgericht en gevestigd in Nederland. De Nederlandse wet- en regelgeving en de statuten van de vennootschap bepalen de governance-structuur. De juridische structuur van de groep wordt hieronder weergegeven.

Rolverdeling

Bestuur Auping

De formeel bestuurder van Auping is Jan-Joost Bosman (Algemeen Directeur en Voorzitter Management Team (MT)).

Management Team

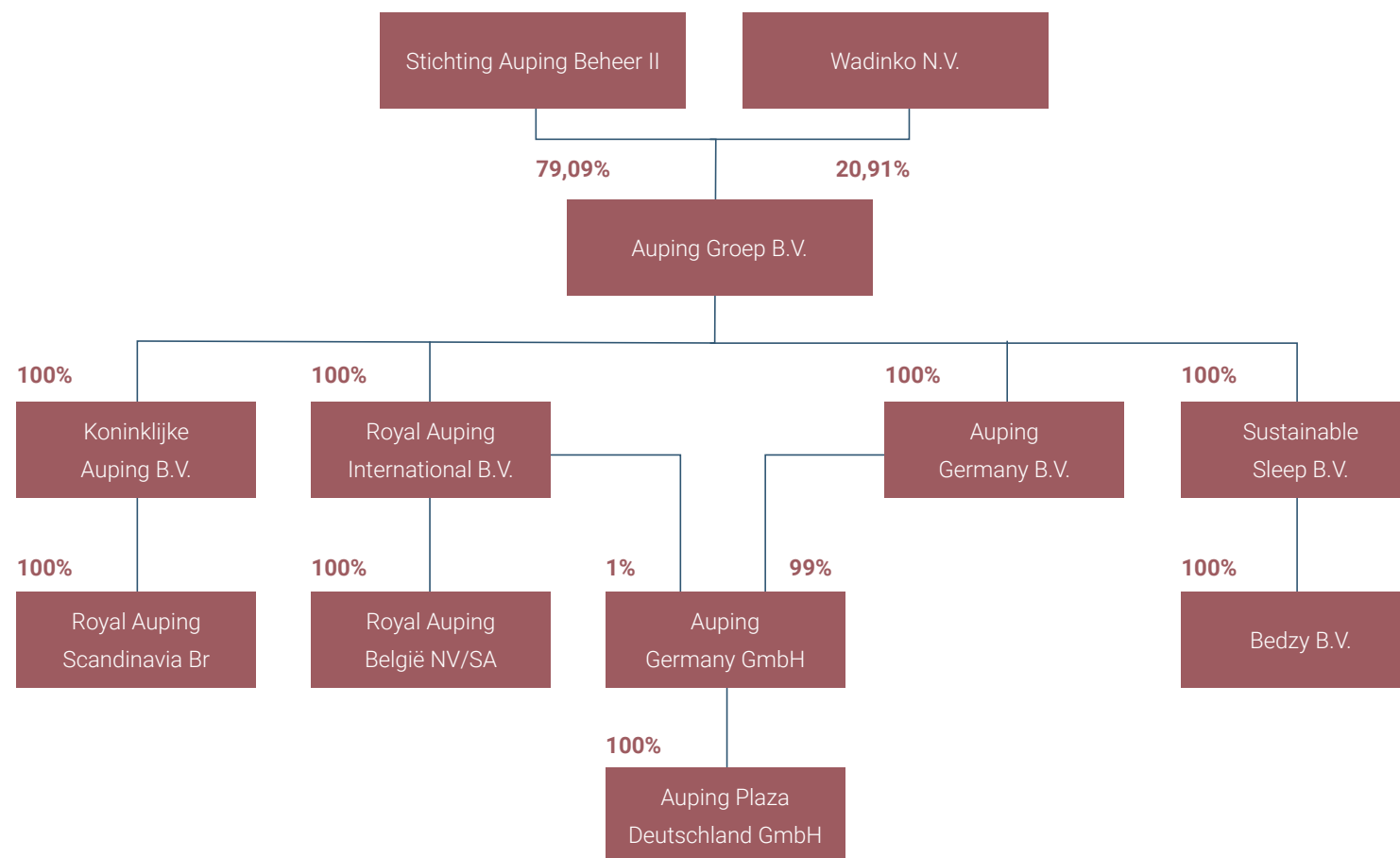
De directie van Auping wordt gevormd door het Management Team. Naast de voorzitter bestaat het MT uit:

- Linda Hoebe (Financieel Directeur)
- Martijn van Haaf (Directeur Operations)
- Dijana Husedinovic (Directeur Marketing)
- Mark Groot Wassink (Directeur Sustainability & Innovation)
- Martijn Aalders (Directeur Human Resources)

Het MT is onder meer verantwoordelijk voor de realisatie van:

- De doelstellingen
- De strategie met het bijbehorende risicoprofiel
- Het resultaat
- De ontwikkeling van het bedrijf, inclusief relevante maatschappelijke aspecten

Figuur 18: Organogram Auping Groep B.V.



Taken en verantwoordelijkheden

Het bestuur richt zich op het belang van Auping en de verbonden ondernemingen. Het bestuur is verantwoordelijk voor de Corporate governance-structuur van Auping en de naleving van de Corporate governance-code. Het bestuur legt hiervoor verantwoording af aan de Raad van Commissarissen (RvC) en aan de aandeelhouders.

De taken van het bestuur zijn onder meer:

- De realisatie van de doelstellingen van Auping
- Het formuleren en realiseren van het strategisch beleid
- Het in kaart brengen en managen van de algemene en financiële risico's
- De zorg voor de binnen Auping bestaande zogenaamde Klokkenluidersregeling en, meer in het algemeen, het human resource management verbonden aan de ondernemingsactiviteiten van Auping
- De zorg voor goed werkende interne risicobeheers- en controlesystemen
- Het verzorgen en voorbereiden van het financiële verslaggevingsproces, waaronder het opmaken van de jaarrekening, de jaarlijkse begroting en belangrijke kapitaalinvesteringen
- De naleving van de wet- en regelgeving en de Corporate governance-code
- De zorg voor goede verhouding met aandeel- en certificaathouders:
 - De zorg voor een goede verhouding met de OR
 - De zorg voor de voor de onderneming relevante maatschappelijke aspecten van ondernemen, inclusief integriteit
 - De RvC adviseren bij de voordracht van de externe accountant aan de aandeelhouders
 - De zorg voor een goede verhouding met de RvC
 - Besluiten die vanwege de kortere lijnen sneller worden genomen én geïmplementeerd

Raad van Commissarissen (RvC)

De RvC van Auping bestaat uit drie leden, Harm Tunteler (voorzitter), Harm-Jan Mens en René Wolfkamp. Iedere aandeelhouder heeft het recht één commissaris voor te dragen. Gezien de omvang van de RvC en de overzichtelijkheid van Auping heeft de RvC geen aparte audit- en remuneratiecommissie ingesteld.

Taken en verantwoordelijkheden

De RvC vervult alle in de wet en statuten opgenomen taken, houdt toezicht en adviseert het bestuur. Hierbij richten de commissarissen zich op het belang van Auping. Het gaat daarbij ook om relevante maatschappelijke aspecten van ondernemen. Ook richt de RvC zich op de effectiviteit van de interne risico-beheersings- en controlesystemen en de integriteit en kwaliteit van de financiële verslaggeving. De leden van de RvC zijn collectief verantwoordelijk voor de vervulling van hun taken en werkzaamheden.

RvC-vergaderingen

De RvC heeft ten minste vier keer per jaar regulier overleg met het bestuur en vaker indien een commissaris of het bestuur dat nodig acht. De voorzitter leidt de RvC-vergaderingen en er wordt bij volstrekte meerderheid van stemmen beslist. Van elke vergadering worden notulen gemaakt.

Informatievoorziening

Het bestuur stelt ten minste één keer per jaar de RvC schriftelijk op de hoogte van de hoofdlijnen van het strategisch beleid, de algemene en financiële risico's en het beheers- en controlesysteem van de onderneming. Ook zorgt het bestuur ervoor dat de RvC altijd tijdig beschikt over gegevens die noodzakelijk zijn om de taak van de RvC te kunnen uitvoeren.

Kwaliteit

De RvC is verantwoordelijk voor de kwaliteit van zijn eigen functioneren. Evaluatie van dit functioneren en dat van de individuele commissarissen vindt ten minste éénmaal per jaar plaats en buiten aanwezigheid van het bestuur.

Aandeelhouders

De communicatielijnen naar de aandeelhouders zijn kort. Er is regelmatig informatief overleg. De aandeelhouders zijn daardoor snel op de hoogte van belangrijke ontwikkelingen binnen Auping en kunnen tijdig hun mening geven.

Formele afspraken

De formele afspraken tussen aandeelhouders, RvC en bestuur zijn vastgelegd in de statuten, het convenant aandeelhouders-RvC-directie, het RvC-reglement en het bestuursreglement. Het bestuur en de RvC bepalen samen de te volgen strategie. In het convenant en de reglementen zijn afspraken opgenomen over de communicatie tussen het bestuur, de RvC en de aandeelhouders.

Ook zijn hierin bepalingen opgenomen over onderwerpen die het bestuur niet zonder medeweten en/of toestemming van de aandeelhouders of de RvC kan aanpassen of uitvoeren. Dit zijn bijvoorbeeld veranderingen van de statuten, bedrijfsstructuur, financiering, het aangaan van grote financiële verplichtingen, het doen van grote investeringen en het benoemen van bestuurders.

Benoeming en remuneratie

Bestuur

De RvC benoemt het bestuur en kan de bestuurder schorsen en ontslaan. Ontslag kan alleen plaatsvinden nadat de aandeelhouders in de algemene vergadering over het voorgenomen ontslag zijn gehoord.

Het Management Team (MT)

Het is ter beoordeling van het bestuur, onder goedkeuring van de RvC, welke functies er onder het MT vallen. Deze samenstelling kan, bijvoorbeeld als gevolg van veranderingen in de organisatie, wijzigen. Het bestuur draagt nieuwe MT-leden voor en stelt het inkomen vast. De daadwerkelijke aanstelling volgt na goedkeuring van de RvC. Ook eventuele wijzigingen van de overeenkomst met MT-leden zijn onder goedkeuring van de RvC.

De RvC stelt de (wijziging van) beloning en de overige voorwaarden met betrekking tot de werkzaamheden van de bestuurder van Auping vast.

Raad van Commissarissen (RvC)

De benoeming van de commissarissen vindt plaats op voordracht van de RvC tijdens de algemene vergadering van aandeelhouders (AvA). Deze voordracht wordt gedaan op basis van een door de RvC vastgestelde profielschets. De aandeelhouders en de ondernemingsraad kunnen personen voordragen. Auping benoemt commissarissen voor vier jaar. Een commissaris kan in beginsel maximaal éénmaal aansluitend worden herbenoemd. Aftreding vindt na afloop van de (tweede) termijn plaats aan het einde van de AvA. De RvC stelt een rooster van aftreden vast. Bij uitzondering kan hiervan worden afgeweken voor maximaal een periode van 4 jaar.

De RvC doet periodiek een voorstel aan de AvA over de vergoeding van de voorzitter en de overige RvC-leden.



Risicomanagement

Auping benadert risicomanagement vanuit zijn missie 'Auping rust de wereld uit'. Om onze stakeholders uit te rusten doet Auping korte- en langetermijnbeloften, en zet deze om in concrete bedrijfsdoelstellingen. Hierbij wordt een ruime definitie van directe en indirecte stakeholders gehanteerd. Met het aangeven van de risicobereidheid communiceert Auping aan zijn stakeholders de aard en omvang van de risico's die Auping bereid is aan te gaan bij het realiseren van zijn bedrijfsdoelstellingen.

Auping hanteert hiertoe de volgende risicogebieden (zie volgende pagina voor de toelichting):

- Strategisch
- Financieel
- Wet- en regelgeving
- IT en cybersecurity
- Operationeel

Risicomanagement als onderwerp en kennisgebied zal binnen de komende jaren verder worden ontwikkeld met als doel een passend volwassenheidsniveau te bereiken binnen de verschillende divisies. Auping streeft naar leiderschap op het gebied van risicomanagement, zonder onnodige bureaucratie.

Risicobereidheid	Toelichting	Risicobeleid
Strategische risico's Middel/hog	Gevoeligheid voor economische conjunctuur, geopolitieke en arbeidsmarktontwikkelingen met toenemende eisen aan innoveren in de duurzaamheid van de organisatie alsmede de circulariteit van het productportfolio vereist beleid dat de continuïteit op de lange termijn waarborgt.	Het richting alle stakeholders positief laden en bewaken van het Auping merk. Het actief managen van het productportfolio gericht op verschillende productgroepen, prijsproposities en afzetmarkten, waarbij verduurzaming van het productportfolio en productieproces actief wordt bevorderd.
Financiële risico's Laag	Het financieel beleid is gericht op langetermijnwinstgevendheid, het borgen van een correcte verslaggeving richting stakeholders en het, waar mogelijk en economisch verantwoord, afdekken van risico's. Financiële draagkracht behouden voor het dragen van strategische risico's.	Bij de inrichting van de organisatie zijn de functies gescheiden naar de aard van de activiteiten om de waarden te beveiligen waarover Auping beschikt om de doelstellingen te bereiken. Het onderhouden van een adequaat en effectief financieel beheersingssysteem waarin de planning- en control cyclus, het kapitaalbeheer en het managen van het liquiditeits- en kasstroomrisico centraal staan.
Wet- en regelgeving Laag	Wet- en regelgeving richt zich primair op twee doelen: het borgen van veiligheid voor de samenleving en het creëren van een eerlijk concurrerend speelveld. Auping committeert zich aan deze doelen en richt zich in om hieraan voldoen.	Compliance beleid en methoden om zicht en grip te houden op in toenemende mate complexe regelgeving. Daarnaast creëren we een cultuur waarbij het constateren van afwijkingen of risico's hierop niet als negatief wordt bestempeld, maar als basis dient voor verdere verbetering.
IT en cybersecurity Laag	Gezien het toenemende belang van IT-systemen voor zowel de verkoop, de communicatie met de diverse stakeholders, maar ook de ondersteuning van de interne organisatie is een actief beleid op IT en cybersecurity noodzakelijk.	Het beleid is gericht op het up-to-date blijven van de IT en qua cybersecurity op preventie en recovery. Daarnaast laten we onze maatregelen en systemen auditen en maken we gebruik van white hat hacking.
Operationele risico's Gemiddeld	Operationeel omvat een breed scala aan risico's, waarbij de prioriteit vanuit het Auping Huis wordt toegepast. Centraal staan veiligheid en gezondheid van medewerkers, kwaliteit, leverbetrouwbaarheid en kosten.	Het beleid is gericht op preventie (mensen, partners), resilience (systemen, processen) en verzekering (lage kans, grote gevolgen).

Bijlage

Over dit verslag

Hieronder geven we een toelichting op de gehanteerde begrippen en de daarbij behorende definities. Deze toelichting is per pijler uitgewerkt.

Circulaire waardeketen

Assortiment

- CTI-score: Circulariteitsmeting voor materiaal inflow en outflow uitgedrukt in percentage voor het complete assortiment.
- CTI-score (gewogen): CTI-score van een representatieve selectie van ons assortiment, gecalculeerd op basis van omzet.
- Hergebruik retouren: Het aandeel hoogwaardig hergebruik van retour gekomen producten op niveaus: remanufacture, refurbish, repair, re-use, of recycle op gelijkwaardig niveau, gemeten in percentage gewicht hergebruikt als aandeel van totaal gewicht van retour gekomen producten.

Inkoop materialen

- Recycled content: Het aandeel van ingekochte grondstoffen en materialen voortgekomen uit recyclingprocessen uitgedrukt in percentage van het totaal aantal ingekochte grondstoffen en materialen. De totale hoeveelheid ingekochte grondstoffen en materialen is de optelsom van virgin en gerecyclede content.
- Duurzaam hout: Het aandeel ingekocht hout (kg's) van aantoonbaar duurzame oorsprong, uitgedrukt in het percentage als onderdeel van de totale hoeveelheid ingekocht hout. We kopen zoveel mogelijk PEFC- en FSC-gecertificeerd hout in. Momenteel loopt het proces om gecertificeerd te worden om het PEFC-keurmerk te mogen gebruiken.

- FSC-gecertificeerd: Forest Stewardship Council (FSC) is een internationaal keurmerk voor papier en hout, gesteund door overheden, bedrijven en milieuorganisaties. Hout met dit certificaat komt uit verantwoord beheerde bossen.
- PEFC-gecertificeerd: Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes promoot duurzaam beheer van bossen, middels onafhankelijke certificering.
- Duurzaam textiel: Het aandeel ingekocht textiel van aantoonbaar duurzame oorsprong, uitgedrukt in het percentage duurzaam textiel als onderdeel van de totale hoeveelheid ingekochte textiel. Hieronder valt: GOTS-certified, GRS-certified en stoffen van 100% recycled content en volledig en hoogwaardig te recyclen textiel. GOTS-gecertificeerd: Global Organic Textile Standard garandeert het gebruik van biologisch geteeld katoen op een milieuvriendelijke en sociaal verantwoorde wijze. GRS-gecertificeerd: Global Recycling Standard is een internationaal keurmerk voor gerecyclede materialen. Dit betreft alle textieltoepassingen binnen het assortiment, zoals matrashoezen en bedtextiel.
- Inzicht in 2nd tier: Inzicht in herkomst van materialen en grondstoffen van onze leveranciers, uitgedrukt als een percentage van de purchase spend van productgerelateerde leveranciers die volledig inzicht geven in de herkomst van hun grondstoffen en materialen als percentage van de totale productgerelateerde purchase spend.

Reststroom

- Reststroom: De reststroom is het percentage van het aantal kilo's restmateriaal ten opzichte van de totale kilo's ingekochte materialen.
- Recycle en hergebruik: Het aandeel van de reststroom uit de productie van het assortiment dat wordt toegepast voor recycling en hergebruik, niet zijnde terugwinning (gebruik van de warmte die vrijkomt bij afvalverbranding, voornamelijk voor elektriciteitsopwekking en verwarming). Uitgedrukt in het percentage massa nuttig toegepast als aandeel van de totale massa van de reststroom (inclusief verpakkingsmateriaal als pallets).
- B-hout is verlijmd, geverfd en of gelakt hout. Zoals triplex, multiplex en spaanplaat.

Emissiereductie

- CO₂E: Tonnes of carbon dioxide equivalent. Deze meeteenheid wordt gebruikt om de uitstoot van broeikasgassen te meten. De term 'equivalent' verwijst naar de zeven erkende broeikasgassen, conform het Greenhouse Gas Protocol.
- Scope 1: De vermindering van directe CO₂-uitstoot, veroorzaakt door eigen bronnen binnen de organisatie. Dit betreft eigen gebouwen, (diesel)vervoer en productiegerelateerde activiteiten (o.a. gas). Inclusief in mindering gebracht eventuele compensatie (certificaten).
- Gasverbruik: Het verbruik van gas (m³) voor de productie- en kantoorlocaties.
- Scope 2: De indirecte CO₂-uitstoot, door opwekking en ingekochte en verbruikte elektriciteit of warmte. Dit betreft eigen gebouwen, (elektrisch) vervoer en productiegerelateerde activiteiten.
- Scope 3: Indirecte activiteiten van de organisatie, die voortkomen uit bronnen die geen eigendom van de organisatie zijn en ook niet beheerd worden door de organisatie. Dit betreft inkoop van grondstoffen en verpakkingen, kapitaalgoederen, verbruik brandstof en energie, transport en distributie, operationeel afval, zakenreizen, woon-werkverkeer met eigen vervoer, energie retailers.
- Inkoop van grondstoffen en diensten: Alle ingekochte materialen en grondstoffen voor onze producten, goederen voor onze kantine, zaken als laptops en telefoons en diensten.
- Elektriciteitsverbruik: Het verbruik van elektriciteit (kWh) voor de productie- en kantoorlocaties. Uitgedrukt in een percentage reductie ten opzichte van 2022.
- Groene energie: Het aandeel groene energie in het totale verbruik van energie voor de productie- en kantoorlocaties.
- Eigen opwekking: Het aandeel zelf opgewekte elektriciteit als onderdeel van het totale verbruik van de productie- en kantoorlocaties. Uitgedrukt in een percentage van het totale verbruik van elektriciteit (kWh).

Zorg voor mensen

Favoriete werkgever

- eNPS score: Het aandeel medewerkers dat Auping aanbeveelt als goede werkgever bij familie en vrienden (schaal -100 - +100).
- Genderdiversiteit: verhouding van het aantal vrouwen en mannen die in dienst zijn ten opzichte van het totaal.

Duurzame inzetbaarheid medewerkers

- Gevoel van veiligheid: percentage van het aantal medewerkers welke in het medewerkerstevredenheidsonderzoek aangeeft zich veilig te voelen bij Auping.
- Ziekteverzuim: het percentage van werkverzuim ten gevolge van ziekte.
- Fysieke veiligheid: Het percentage van geconstateerde onveilige situaties ten opzichte van het aantal onveilige situaties en ongevallen.

Ketenverantwoordelijkheid

- Percentages Code of Conduct: Het aandeel van de jaarlijkse purchase spend dat komt van leveranciers die de Code of Conduct hebben ondertekend, uitgedrukt in een percentage van de totale purchase spend. We maken een onderscheid tussen niet-productgerelateerde inkoop (het eerste percentage) en productgerelateerde inkoop (het tweede percentage).

Klanten

- Good Sleep Quality (PSQI): We meten jaarlijks hoe een selectie van onze klanten (>n=100) zijn slaap waardeert volgens de PSQI-methode (Pittsburgh Sleep Quality Index). We streven naar een score die hoger ligt dan het gemiddelde in de samenleving.

GRI-tabel

Voor dit verslag hebben we gebruikgemaakt van de G4-richtlijnen voor Duurzaamheidsverslagen van het Global Reporting Initiative (GRI). We rapporteren in overeenstemming met de optie 'Core' op basis van richtlijn 2016.

GRI-indicator	Omschrijving	Verwijzing en toelichting	Paginanummer
Organisatieprofiel			
102-1	Naam organisatie	Koninklijke Auping B.V.	Cover, 55
102-2	Merken, producten en/of diensten	Assortiment	12
102-3	Locatie hoofdkantoor	Maagdenburgstraat 26, 7421 ZC Deventer, Nederland	55
102-4	Het aantal landen waar de organisatie actief is	Actief in Europa met een focus op Nederland en export naar 30 landen	11
102-5	Eigendomsstructuur en rechtsvorm	Corporate governance	45-47
102-6	Afzetmarkten	Overzicht verkooplanden en Exportlanden	11
102-7	Omvang van de organisatie	Onze impact en Waardecreatiemodel	16, 17
102-8	Samenstelling medewerkersbestand	Kerncijfers medewerkers	16
102-9	Informatie over toeleveringsketen	Circulaire waardeketen, Circular mattress ecosystem, Samenwerking leveranciers en Code of Conduct	20-30, 24, 29, 41
102-10	Significante organisatieveranderingen tijdens verslagperiode	Geen	n.v.t.
102-11	Toelichting over toepassing van het voorzorgsprincipe	Risicomanagement	48
102-12	Extern ontwikkelde initiatieven die de organisatie onderschrijft	B Corp certificering, Circular mattress ecosystem	5, 24-25
102-13	Lidmaatschap van verenigingen en belangenorganisaties	Circular mattress ecosystem	24

GRI-indicator	Omschrijving	Verwijzing en toelichting	Paginanummer
Strategie			
102-14	Verklaring van de hoogste beslissingsbevoegde over de relevantie van duurzame ontwikkeling voor de organisatie	Voorwoord, Corporate governance	2, 45-47
102-15	Belangrijkste impact, risico's en kansen	Onze stakeholderstrategie, Onze impact, Waardecreatiemodel, Circular mattress ecosystem en Risicomanagement	15, 16, 17, 24, 48
Ethiek en integriteit			
102-16	Waarden, principes en gedragsnormen	Ons blauwe hart	4
102-17	Interne en externe rapportagesystemen voor onethisch en onverantwoordelijk gedrag	Zorg voor mensen	38-41
102-18	Operationele structuur van de organisatie	Corporate governance	45-47
Governance			
102-18	De bestuursstructuur van de organisatie, met inbegrip van commissies die vallen onder het hoogste bestuurslichaam. En de commissie die verantwoordelijk is voor besluitvorming over economische, milieu- en sociale onderwerpen	Corporate governance	45-47
Stakeholderengagement			
102-40	Lijst van groepen stakeholders die de organisatie heeft betrokken	Onze stakeholderstrategie	15
102-41	Arbeidsvoorwaarden	Zorg voor mensen	38-41
102-42	Uitgangspunten voor de inventarisatie en selectie van belanghebbenden	Hoe we als Auping rapporteren, Onze stakeholderstrategie	13-14, 15
102-43	Wijze waarop belanghebbenden worden betrokken	Hoe we als Auping rapporteren, Circulaire waardeketen	13-14, 20-30
102-44	Belangrijkste onderwerpen en vraagstukken die uit het overleg met belanghebbenden naar voren zijn gekomen en hoe de organisatie hierop heeft gereageerd	Onze impact doelstellingen	18-19

GRI-indicator	Omschrijving	Verwijzing en toelichting	Paginanummer
Rapportageprincipes			
102-46	Proces voor het bepalen van de inhoud en specifieke afbakening van het verslag en hierbij gehanteerde uitgangspunten	Onze stakeholderstrategie, Onze impact doelstellingen	15, 18
102-47	Materiële onderwerpen die tijdens het proces ter bepaling van de inhoud van het verslag zijn vastgesteld	Onze impact doelstellingen	18-19
102-48	Gevolgen van een eventuele herformulering van informatie die in een eerder verslag is verwerkt en de reden voor deze herformulering	Niet aan de orde	
102-49	Significante veranderingen ten opzichte van vorige verslagperiodes ten aanzien van reikwijdte en afbakening	Emissiereductie	32-33
102-50	Periode waarover wordt gerapporteerd	1 januari 2023 – 31 december 2023	
102-51	Publicatiedatum van het meest recente, voorgaande verslag	Auping Corporate Social Responsibility Report 2022, publicatie 31 mei 2023	
102-52	Verslaggevingscyclus	Jaarlijks	
102-53	Contactpunt voor vragen over het rapport of de inhoud ervan	info@auping.nl	55
102-54	GRI-toepassingsniveau	GRI 4 Core (richtlijn 2016)	51-54
102-55	GRI-content index	GRI-tabel	51-54
Materiële onderwerpen			
102-1	Directe economische impact	Onze impact, Waardecreatiemodel, Totale CO ₂ uitstoot per euro omzet	16, 17, 37
103-1	Impact van inkoop	Circulaire waardeketen, Scope 2; Groene energie en eigen opwekking, Scope 3; Ketenimpact en Inkoop van grondstoffen en diensten	20-30, 35, 36
103-2	Indirecte economische impact	Niet aan de orde	
105-1	Anti-corruptie	Zorg voor mensen	38-43
106-1	Anti-competitief gedrag	Zorg voor mensen	38-43
302-1	Energieverbruik binnen de organisatie	Emissiereductie (Scope 1 en 2)	32-35

GRI-indicator	Omschrijving	Verwijzing en toelichting	Paginanummer
302-3	Energie-intensiteit	Emissiereductie	32-37
302-4	Vermindering van energieverbruik	Emissiereductie	32-37
303-5	Waterverbruik	Er wordt minimaal water verbruikt binnen Auping	
305-1	Directe (scope 1) emissies	Emissiereductie	32-37
305-2	Indirecte (scope 2) emissies	Emissiereductie	32-37
305-3	Andere indirecte (scope 3) emissies	Emissiereductie	32-37
305-4	Emissie-intensiteit	Emissiereductie	32-37
305-5	Vermindering van de uitstoot van broeikasgassen	Emissiereductie	32-37
306-1	Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode	Reststroom	30
306-2	Management van afvalgerelateerde milieu-impact	Onze impact doelstellingen, Reststroom	19, 30
306-3	Afvalproductie	Reststroom	30
306-4	Voorkomen van afvalverwerking	Circulaire waardeketen	20-30
306-5	Afvalverwerking	Circulaire waardeketen	20-30
307-1	Het niet naleven van milieu- en regelgeving	Niet aan de orde. Er zijn geen boetes of sancties wegens het niet naleven van de milieuwet- en regelgeving geweest.	
401-1	Instroom en personeelsverloop	Onze impact, Waardecreatiemodel	16, 17
403-2	Gezondheid en veiligheid op het werk	Zorg voor mensen	38-41
404-1	Training en opleiding	Zorg voor mensen	38-41
404-2	Programma's voor het verbeteren van de vaardigheden van werknemers	Zorg voor mensen	38-41
405-1	Diversiteit van bestuursorganen en medewerkers	Onze impact, Zorg voor mensen	16, 39

Colofon

Dit is de eerste editie van het Auping Impact Report. Eerder hebben we vier edities van het Auping Corporate Social Responsibility Report uitgegeven.

Publicatiedatum: 20 juni 2024

Dit rapport bestrijkt de periode januari 2023 tot en met december 2023. We hechten aan genderdiversiteit en willen geen label van 'mannelijk' of 'vrouwelijk' plakken op mensen, dingen of eigenschappen, zodat iedereen zich aangesproken voelt. Waar in dit rapport onverhoopt het woord 'hij' of 'zij' wordt gebruikt, bedoelen we dat inclusief en met ruimte voor verschillen tussen mensen.

Koninklijke Auping B.V.
Maagdenburgstraat 26
7421 ZC Deventer
Nederland

Bij vragen stuur een mail naar: info@auping.nl
Emissie en advies: 2BHonest
Concept en opmaak: GI Creative Branding Agency
Tekst: Helen Zwiers

