

The background of the entire page is a photograph of a woman with curly brown hair, wearing a blue and white knit sweater and blue pants, sitting on a bed with white linens. She is looking down at an open book in her lap. The room has light-colored wood-paneled walls and a modern grey bed frame. A yellow cylindrical side table is visible next to the bed. On the left, a window looks out onto a green landscape. The title "Dromen van vandaag en morgen waarmaken" is overlaid in large white text.

Dromen van vandaag en morgen waarmaken

Corporate Social Responsibility Report 2022
Koninklijke Auping

Certified



Corporation

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 in 2030 een volledig circulair assortiment te hebben. We kijken positief naar de toekomst en zetten elke dag stappen om deze missie te laten slagen.

Ons Corporate Social Responsibility-beleid (CSR) bestaat uit de volgende thema's:

Circulaire waardeketen:

onze weg naar een volledig circulair assortiment.

Energiezuinige bedrijfsvoering:

het minimaliseren van de impact van fabriek en keten.

Zorg voor mensen:

oprechte aandacht voor onze medewerkers, leveranciers en klanten.

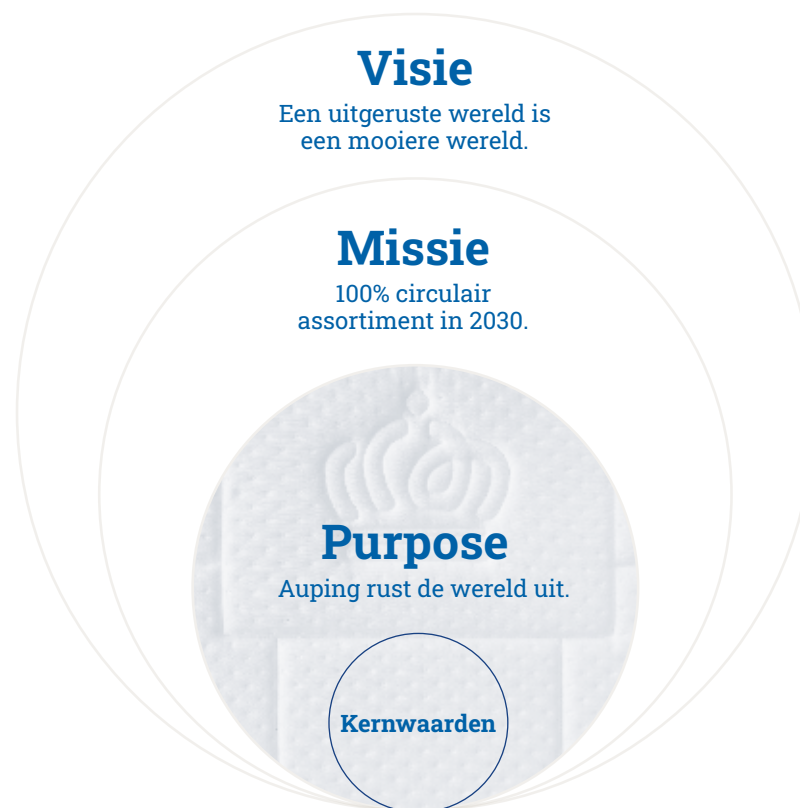
Bestuur en risicomanagement:

de basis van ons duurzame ondernemerschap.

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

Kernwaarden:

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



Inhoud



2



21



29



36

Over ons

2

Ons blauwe hart

2

Voorwoord

5

Hoogtepunten 2022

6

Ons DNA 2022

8

Onze impact in 2022

9

Auping rust de wereld uit

10

Hoe we efficiënt werken

11

Auping-assortiment

14

Onze stakeholderstrategie

15

Certified B Corp

16

Auping en de SDG's

17

Ons reportingframework

19

Waardecreatiemodel

20

Circulaire waardeketen

22

Ambitie

22

CTI-tool

22

Op weg naar een volledig circulair

assortiment

23

CTI-roadmap naar 2030

24

Closing the loops

25

Hergebruik retouren

26

Inkoop materialen

26

Reststromen

28

Energiezuinige bedrijfsvoering

30

Elektriciteit, water en gas

30

Impact van onze operatie en ketenimpact

31

Emissiereductie

32

Emissieoverzicht

33

Zorg voor mensen

37

Medewerkers

37

Leveranciers

39

Klanten

40

Inhoud



Bestuur en risicomanagement 42

Corporate Governance	43
Risicomanagement	46

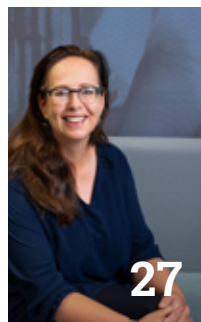
Bijlagen 48

Over dit verslag	48
GRI-tabel	50

Colofon	54
---------	----



Wouter Dijkman,
Manager Research
Innovation & Product
Development



Conny Pasman,
Category Manager Bedding



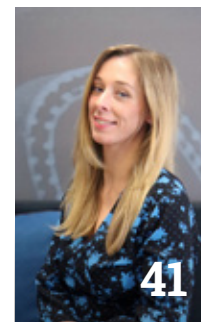
Martijn van Haaf,
Directeur Operations



Steven Terpstra,
Supply Chain Risk Operator



Inge van der Weijden,
Voorzitter OR



Helen Zwiers,
Kennismanager Auping
Academy



Linda Hoebe,
Financieel Directeur

Wij zijn de initator van en de verbinder in de circulaire keten	26	Vanuit vertrouwen in gesprek blijven	38
Auping kiest voor slow fashion	27	We dragen bij aan het echte Auping-gevoel	41
Focus ligt op reduceren van energieverbruik	31	Risico's in evenwicht brengen	45
Wij geloven in ketenregie	35		

Voorwoord

Dromen en doelstellingen

Inzicht is alles als het gaat om het halen van onze duurzame doelen. Met gepaste trots presenteren we daarom hierbij ons vierde CSR Report waarin we de duurzame stappen uit 2022 én onze doelstellingen voor de toekomst inzichtelijk maken. Deze doelstellingen zijn belangrijker dan ooit want dit is het decennium waarin grote maatschappelijke transities moeten worden gerealiseerd. Als Auping nemen we hierin onze verantwoordelijkheid.

We leven in een sterk veranderende wereld. Aan het begin van 2022 hadden we te maken met het staartje van de coronapandemie en produceerden we naast ons reguliere assortiment nog mondkapmaskers voor de Rijksoverheid. Om vervolgens geconfronteerd te worden met de oorlog in Oekraïne, welke flinke impact had op het consumentenvertrouwen en de prijzen van energie en goederen. Waar we konden probeerden we mensen te helpen, bijvoorbeeld door het leveren van tweehonderd matrassen en dekbedden aan de opvanglocatie in Deventer. En we stuurden honderden matrassen naar Oekraïne.

Circulaire economie

Ook zagen we afgelopen jaar de effecten van klimaatverandering in onze samenleving. Het is een enorme opgave om de impact van de mensheid en de economie binnen de grenzen van de planeet te

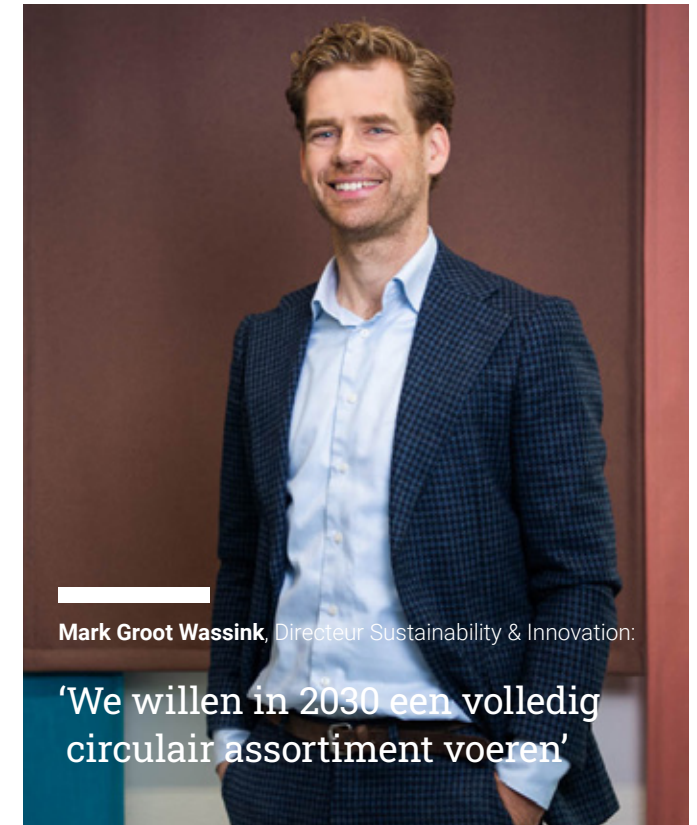
houden. Auping zet als koploper en aanjager van circulariteit verandering in gang. In 2022 hebben we opnieuw een flinke stap gezet op dit gebied door ons matrassenassortiment uit te breiden met nog twee circulaire matrassen, de Elysium en de Elite. Hoewel we gepast trots zijn op wat we hebben bereikt, weten we ook dat het nog niet genoeg is. Circle Economy heeft berekend dat de economie wereldwijd in 2022 7,2% circulair was. Op dit moment wordt dus nog slechts een klein percentage materialen hergebruikt voor een waardevolle tweede toepassing.

Inzicht in impact

In dit CSR Report, volgens de GRI-richtlijn, zijn we nog concreter en transparanter over onze impact dan in voorgaande jaren. Dit jaar publiceren we niet alleen inzichten over het afgelopen jaar, maar communiceren we ook in detail over onze doelstellingen voor de toekomst. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om onze ambitie om in 2030 een volledig circulair assortiment te voeren, onze energiebehoefte verder terug te brengen en te vergroenen en een nog fijnere werkgever te zijn voor onze collega's. Onze doelstellingen zijn soms zeer ambitieus. We kiezen daarvoor, omdat we geloven dat organisaties medeverantwoordelijk zijn voor de leefbaarheid van de aarde voor toekomstige generaties.

Samen

We maken dit verslag van onze maatschappelijke impact niet vanuit verplichting, maar om een inspirerend inzicht te geven in onze wijze van ondernemen. In het CSR-verslag laten we de impact zien die wij, onze partners en onze klanten hebben binnen het ecosysteem



Mark Groot Wassink, Directeur Sustainability & Innovation.

waarin we werken. Onze doelstellingen zijn alleen te bereiken als we samen blijven werken met partners en leveranciers met dezelfde ambities en gedrevenheid én we elkaar verder helpen. Zo blijven we met elkaar de juiste stappen zetten om de wereld uit te rusten.

Mark Groot Wassink

Directeur Sustainability & Innovation,
namens het Management Team Koninklijke Auping.

Deventer, 31 mei 2023

Hoogtepunten 2022



- Koninklijke Auping sluit contract af met Machinefabriek Geurtsen voor een volledig gerobotiseerde productielijn voor de circulaire matrassen.

Februari

- Nieuwe samenwerking met Schepers Bosman: Auping Aulies, een dromerige familie nachtdieren gemaakt van reststoffen uit de Auping-winkels.
- Auping wint Overijsselse Circulaire Innovatie Top 20 met circulair matras.



- Auping nieuw in Sustainable Brand Index 2022.
- Nieuwe lasrook-afzuigingsinstallatie in de staalfabriek voor een fijnere werkplek.

Maart



April

- Auping Noa wint iF Design Award 2022.



- Auping onderstreept belang van mentale rust in nieuwe merkcampagne.

- Introductie duurzame premium matrassen, Auping Elysium en Elite.

Mei



- Auping brengt rust in Ronald McDonald Huis en Jeroen Pit Huis.

Juni

- Koninklijke Auping op plek 7 in de MT500, de lijst van bedrijven met de beste reputatie.
- Team Auping naar de Mont Ventoux voor de Tour du ALS.

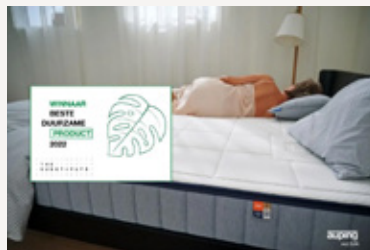
Hoogtepunten 2022



- Auping is World-class Workplace.
- Auping scoort in het MTO (Medewerkers Tevredenheid Onderzoek) bovengemiddeld op medewerkersbevlogenheid en goed werkgeverschap.

September

- Op de Auping-locatie Bergweidedijk waar sinds september 2021 de circulaire matrassen worden geproduceerd, is nu ook de demontage van de circulaire matrassen voor de retourstroom volledig ingericht.



- Auping Elysium-matras wint Beste Duurzame Product 2022 én is opgenomen in de G100 van beste ontwerpen 2022.

Oktober

November

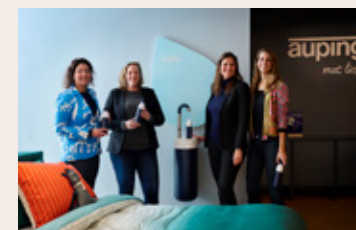
- Auping ondertekent initiatiefwet Verantwoord en Duurzaam ondernemen.
- Auping ontvangt EFRO-subsidie voor circulaire transitie.



- Auping droomt voor Het Vergeten Kind tijdens Serious Request.

December

- Dopper Water Tap in Auping Store Utrecht.



Scan de QR-code voor meer hoogtepunten.



Ons DNA 2022

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.

Fabriek



B Corp-gecertificeerd:
'Business as a force for good'

93

B Corp-punten*

55

leveranciers

2

productielocaties,
duurzaam en
vraaggestuurd

Mensen

Sinds 1888

135 jaar ervaring

363

fte

398

medewerkers



Sinds 1988

Predicaat Koninklijk

Sales

Omzet

€ 96,1
miljoen

217

verkooppunten in Nederland

4

internationale verkoop-
kantoren (Nederland, België,
Duitsland en Denemarken)

320

Europese verkooppunten

3

webshops
(Nederland, België
en Duitsland)

30

exportlanden

62

internationale
distributiepartners

EBITDA

€ 5,5
miljoen

* Meetmoment 2022, nog te
valideren door B Lab.

Onze impact in 2022

>76.000

nieuwe slapers uitgerust*

Circulaire waardeketen

Aandeel verkochte circulaire matrassen	48%
Duurzaam hout	87%
Duurzaam textiel	49%

Circular Transition Indicator (CTI)

2022 **26,2%**

Energiezuinige bedrijfsvoering

Opwekken eigen energieverbruik **27%**

Emissies

57 tCO₂e per medewerker **-34%**
238 tCO₂e per € miljoen omzet **-8%**

Scope 1, 2 en 3 emissies (tCO₂e) **-29%**
Scope 3 **-30%**

Afval (ton) **1.265 (-22%)**

Recyclen **58,7%**
Biomassa **21,5%**

Zorg voor mensen

Medewerkers

Verhouding vrouw/man **40%/60%**

Management Team
Verhouding vrouw/man **33%/67%**

Ziekteverzuim **9,4%**

Leveranciers

Leveranciers < 300 km afstand
op basis van geleverd volume
(in kg) **67%**

* Aantal klanten dat een Auping-bed of -matras kocht in 2022.

Auping rust de wereld uit

Alles wat we doen bij Auping is gericht op het brengen van rust. Dat begint met matrassen die de juiste ondersteuning bieden voor elk lichaamstype en afgestemd zijn op persoonlijke voorkeuren. Want we weten hoe kostbaar nachtrust is: wie goed slaapt is ontspannen, energiek, creatiever, scherp en heeft meer aandacht voor een ander. Als je goed hebt geslapen, ben je de beste versie van jezelf.

Daarnaast zetten we ons al jaren in voor een wereld waarin niets wordt verspild. Auping streeft naar een 100% circulair product-assortiment in uiterlijk 2030. In 2020 introduceerden we Auping Evolve, het eerste circulaire matras ter wereld. In het voorjaar van 2022 zetten we met de introductie van twee premium circulaire matrassen Elysium en Elite, opnieuw een belangrijke stap. Zo werken we toe naar een steeds breder circulair assortiment.



Matras op maat

Iedereen is anders qua lichaamsbouw en -gewicht. Daarom hebben we een nieuw matrassenassortiment ontwikkeld op basis van verschillende soorten bodytypes (lichaamstypen). Bij deze matrassen bieden we dankzij maatwerk voor de verhouding tussen de schouders, heupen en taille de beste ondersteuning. Naast keuze voor bodytype kunnen klanten kiezen uit drie hardheden. De Evolve-, Elysium- en Elite-matrassen zijn dus verkrijgbaar in twaalf soorten ondersteuning: vier bodytypes en drie hardheden. Zo is er voor elk lichaam een matras dat perfect past.



Hoe we als Auping efficiënt werken

We leveren maatwerk, produceren op bestelling en hebben geen onnodige voorraden. Op basis van de inkomende klantorders produceren we onze producten. Lokale productie vanuit Nederland met hoogwaardige materialen vinden we heel belangrijk. Het is bovendien ook wel zo efficiënt.

Lokale productie in Nederland is bij Auping al sinds 1888 'het nieuwe normaal'. Elk Auping-product is oerdegelijk gemaakt van staal, hout en hoogwaardige stoffen die lang meegaan. Iedere Auping is het resultaat van handwerk, vakwerk en maatwerk. In onze duurzame bedden- en matrassenfabriek in Deventer werken we aan de beste manieren om de consument de beste producten te kunnen leveren. Daarbij zetten we een evenwichtige mix in van vakspecialisten en slimme technologie. We produceren vraaggestuurd en op basis van klantorders, want ieder mens is anders en elk lichaam verschillend.

De vakmensen in ons naaiatelier maken alle Auping-matrassen. Ze naaien de tijken voor onze matrassen en toppers. Ook stofferen ze bijvoorbeeld de boxsprings, de hoofdborden en poefs. Alle houten

onderdelen van de bedden, zoals de hoofdborden, omrandingen, poten en nachtkastjes maken we in de houtfabriek. Daar zagen, boren, frezen en schuren we met grote precisie en zorgvuldigheid. Een belangrijk onderdeel van elk Auping-bed is de spiralen bedbodem, 135 jaar geleden bedacht door Johannes Auping. In onze eigen staalfabriek maken we nog elke dag vlakke en verstelbare bedbodems. We poedercoaten het frame in de juiste kleur. Dankzij dit verfproces maken we het staal slijtvast en kleurrijk.

Snel leveren vinden we ook belangrijk. Zodra orders gereed zijn maken we ze klaar voor transport. Aan het einde van iedere werkdag laden we ze in vrachtauto's. Zo kunnen onze chauffeurs ze al de volgende dag bij onze dealers bezorgen.



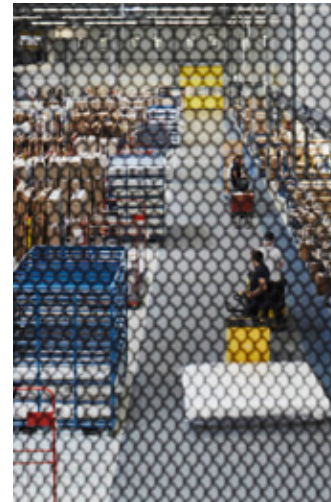
Naaiatelier



Houtfabriek



Staalfabriek



Logistiek



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



Drie verkoopkanalen: Eén Auping

Auping heeft drie verkoopkanalen die voor ons allemaal even belangrijk zijn. Dat zijn de single brand Auping Stores waar alleen onze producten worden verkocht. De multi brand Auping Studio's – de betere lokale meubelwinkels en slaapspecialzaken. En onze eigen website met webshop. Online oriëntatie gaat hand-in-hand met een professioneel slaapadvies in de winkel. Elk op maat gemaakt matras, bed of boxspring, maar ook ieder kussen, dekbed of dekbedovertrek is zowel in de winkels als in onze webshop te bestellen. De naadloze 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.

Onze website zien we als een belangrijk onderdeel van de klantreis. Hier vertellen we ons verhaal en hier kan de consument zich oriënteren. In de winkels stapt de consument de Auping-wereld binnen. In een atelier-setting ervaren ze hoe ze hun eigen ideale Auping-bed kunnen samenstellen. Belangrijk, want niemand is hetzelfde, iedereen heeft een ander lichaam en andere wensen en voorkeuren. Dat gaat verder dan de ondersteuning van een passend matras.

Het gaat om persoonlijke voorkeur, welke stoffen, kleuren en vormen onze klanten mooi vinden. In het verkoopverhaal ligt de nadruk op de kwaliteit van onze producten en de individuele wensen van de klant.

Hechte samenwerking retailers

We kiezen bewust voor samenwerking met zelfstandige ondernemers. Samen staan we sterk in een markt die altijd in ontwikkeling is. Partnership en een eerlijke beloning staan in de samenwerking voorop. In goed overleg met onze partners leggen we jaarlijks de zogenaamde Retail Guidelines vast. Met deze richtlijnen waarborgen we de uitvoering van Eén Auping en zorgen we voor herkenbaarheid van het merk Auping overal waar de consument ons tegenkomt. Samen groeien staat hierbij centraal.

We ondersteunen onze retailers op verschillende manieren:

- Onze partners delen mee in de online verkochte orders.
- Auping-stylisten creëren een optimaal winkelbeeld, passend bij het Auping-merk.
- De Auping Academy biedt kwalitatieve programma's voor de ondernemer en het winkelpersoneel op het gebied van klantvriendelijkheid, verkoop, productkennis en ergonomie.



Ontwerp het bed van je dromen

Wat is jouw droombed? Met de online Auping-configurator kunnen consumenten tot in detail het bed van hun dromen samenstellen en personaliseren door te kiezen uit de verschillende modellen, materialen, kleuren en stoffen. Leuk en praktisch. Deze 'droombeddenmaker' is dan ook een groot succes: in 2022 zijn er 202.879 configuraties gemaakt.



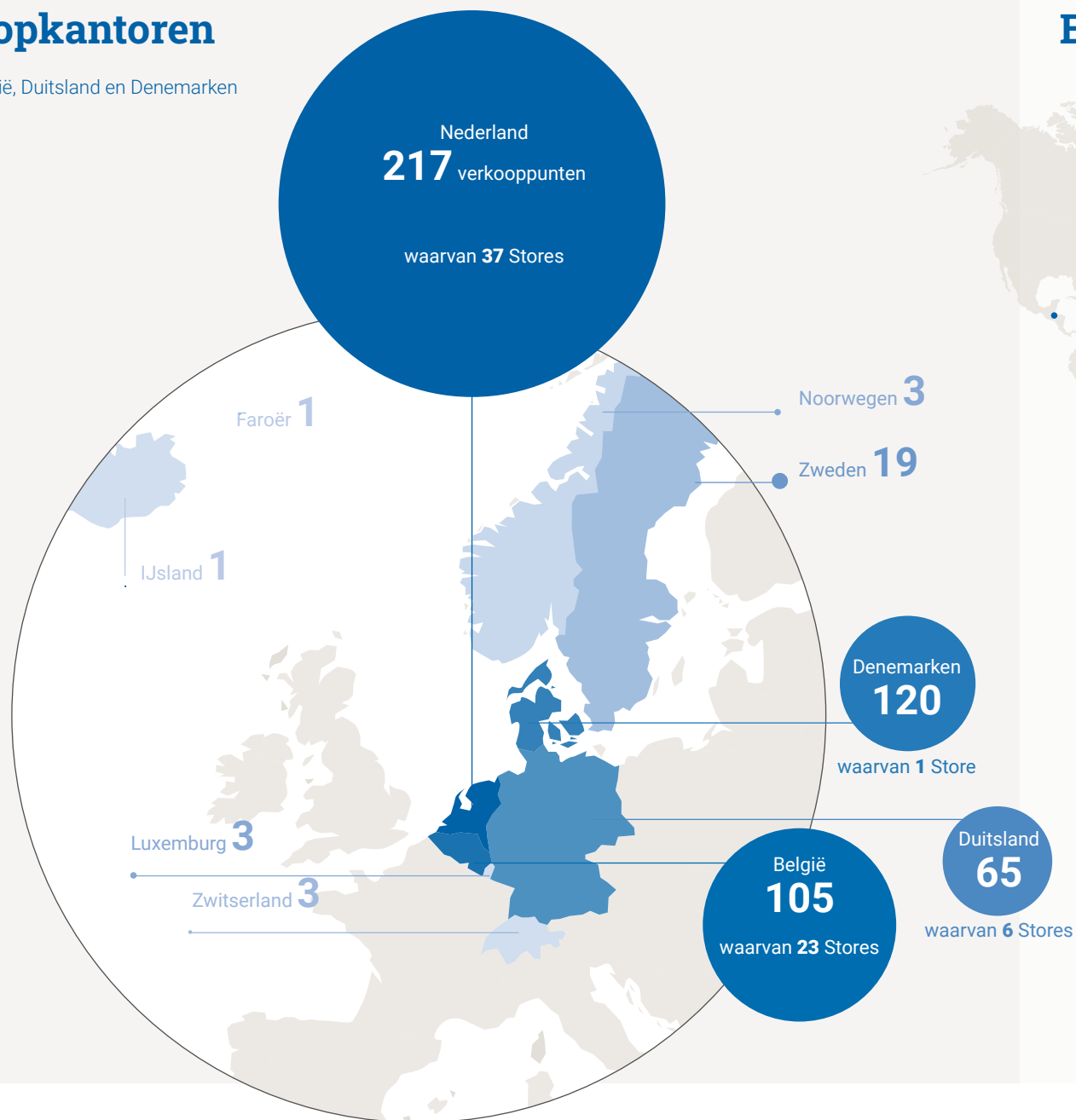
Neem een kijkje in onze droombeddenconfigurator.

- Samen monitoren we de consumententevredenheid en -reviews.
- Met mystery shoppers toetsen we de naleving van de Retail Guidelines, de opgedane inzichten gebruiken we om te blijven verbeteren.

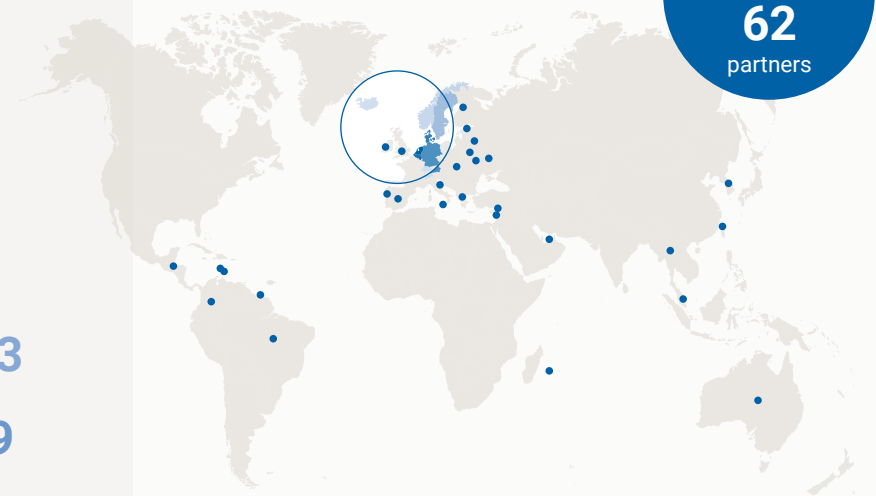
Onze winkelpresentaties zijn op alle locaties vernieuwd en de herkenbare Auping-formule is inmiddels een echte blikvanger.

4 verkoopkantoren

in Nederland, België, Duitsland en Denemarken



Exportlanden



Aruba
Australië
Bonaire, Saint Eustatius
en Saba
Brazilië
Chili
Colombia
Costa Rica
Curaçao
Estland
Finland
Georgië
Griekenland
Hongarije
Ierland
Israël

Italië
Libanon
Malta
Oekraïne
Polen
Réunion
Roemenië
Singapore
Slowakije
Spanje
Suriname
Taiwan
Verenigde Arabische Emiraten
Verenigd Koninkrijk
Zuid-Korea

Auping-assortiment:

innovatief, duurzaam en kwalitatief



Matrassen

Inizio



Adagio



Evolve 



Elysium 



Elite 



 Circulair product

Bedden

Original



Auronde



Essential



Noa



Royal



Boxsprings

Original



Tone



Criade



Kiruna

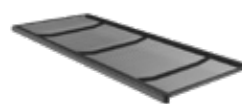


Revive
(Hospitality assortiment)

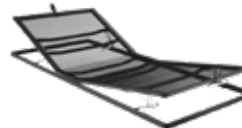


Bedbodems

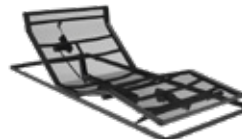
Vlak



Handverstelbaar



Smart Base
(1, 2 of 3 motoren)



Beddengoed

Hoofdkussens



Dekbedden



Bedtextiel



Accessoires

Nachtkastjes



Leeslampjes



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

Onze stakeholderstrategie

	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 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 afspraken documenten. 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	Het gaat er om onze directe en indirecte positieve impact uit te (kunnen) oefenen op alle communities waarin we actief zijn en daarmee 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 CSR 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.

B Corp, business as a force for good

Auping is sinds 2020 een certified B Corp. Daarmee laten we zien dat we tot een groep ondernemingen horen met een nadrukkelijke en vooral ook meetbare focus op mens, milieu en maatschappij. De B Corp-status is voor ons een mooie manier om uit te dragen hoe we willen ondernemen. We voelen ons goed bij de boodschap van B Corp; 'Business as a force for good'. In 2023 verwachten we onze hercertificering op basis van de resultaten van 2022.

Wat betekent een B Corp-certificering?

De B Corp-certificering is een internationale certificering voor bedrijven die een grote, positieve impact hebben op mens en milieu. Deze bedrijven hebben duurzaamheid een blijvende plek gegeven in hun DNA en weten op meerdere manieren waarde te creëren. Wat de B Corp-certificering uniek maakt, is het holistische karakter en de borging in de statuten van de onderneming. B Corp kijkt naar de gehele bedrijfsvoering. Van de impact in de productieketen tot goed werkgeverschap.

Met onze B Corp-status kunnen we:

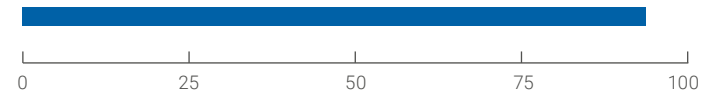
- Inzicht geven over onze werkwijze aan consumenten en leveranciers.
- Onze CSR-aanpak toetsen aan criteria en andere B Corps.
- Medewerkers binden en nieuw talent aantrekken.

We scoorden in maart 2020 86 punten en over het jaar 2022 kwam onze score na invulling van de B Corp Impact Assessment tool (in 2023) uit op 93. Hoewel we nog wachten op de validatie door B Lab, naar verwachting najaar 2023, zijn we daar trots op.

Score op B Impact Assessment

Totaal aantal punten 2020: 86

Totaal aantal punten 2022: 93*



* Nog te valideren door B Lab.



Hoe word je B Corp?

Om de B Corp-status te mogen dragen, moet je als bedrijf minimaal 80 punten halen in de B Impact Assessment. Deze meet de impact op vijf thema's: governance, workers, community, environment en customers. Gecertificeerde B Corps zijn verplicht om stil te staan bij de impact van hun beslissingen op mens en milieu. Dat doen ze door hun duurzame missie vast te leggen in de statuten. Zo blijft de missie een prioriteit én beschermd, mocht het bedrijf ooit van eigenaar wisselen. Gecertificeerde B Corps delen hun B Impact Report — een samenvatting van hun impact en score op de vijf thema's — op www.bcorporation.net. Daarmee bouwen ze vertrouwen en verhogen ze hun geloofwaardigheid.

Certified



This company meets high standards of social and environmental impact.

Corporation

Auping en de SDG's

Auping onderschrijft de zeventien Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties. We focussen op de vijf SDG's en daarbinnen op subdoelen waarmee we ons het meest verwant voelen en impact kunnen maken:

- Betaalbare en duurzame energie (SDG 7).
- Waardig werk en economische groei (SDG 8).
- Industrie, innovatie en infrastructuur (SDG 9).
- Verantwoorde consumptie en productie (SDG 12).
- Klimaatactie (SDG 13).

We lichten ze hierna toe, waarbij we per doelstelling onze score aangeven in procenten. De score voor iedere doelstelling stellen we iedere twee jaar vast met de SDG Action Manager Assessment Tool. Door het gebruik van accuratere data zien we soms een daling van het aantal punten. Bij elke doelstelling geven we een concreet voorbeeld van ondernomen acties.

7 BETAALBARE EN DUURZAME ENERGIE



De ontwikkeling en het gebruik van technologieën voor energiebesparing, en hernieuwbare energiebronnen zijn een wezenlijk middel om energieverbruik en de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen te verminderen. Dit heeft een positief effect op onze welvaart.

SDG-subdoel 7.2

Tegen 2030 moet het aandeel hernieuwbare energie in de globale energiemix in aanzienlijke mate verhoogd zijn.

Totaal aantal punten 2022 (in %)

44,1 2020 46,6

Wat deden we in 2022?

In 2022 hebben we de opdracht gegeven voor uitbreiding van ons zonnepanelenpark op het dak van het kantoorpand aan de Maagdenburgstraat 26. We hadden al 3.088 zonnepanelen en daar komen nu 180 zonnepanelen bij waarmee we jaarlijks circa 55.000 kWh aan zonnestroom verwachten op te wekken. De totale opwekcapaciteit komt dan op circa 1.030.590 kWh. Hiermee geven we dus invulling aan het verder verduurzamen van ons bedrijfsproces.

8 WAARDIG WERK EN ECONOMISCHE GROEI



Economische groei is pas duurzaam als kapitaal, arbeid en grondstoffen verantwoordelijk worden ingezet en als winsten en inkomens eerlijk verdeeld worden tussen burgers en bedrijven.

SDG-subdoel 8.2

Tot meer economische productiviteit komen via diversificatie, technologische modernisatie en innovatie. Daarbij ligt de klemtoon op sectoren met hoge toegevoegde waarde en arbeidsintensieve sectoren.

Totaal aantal punten 2022 (in %)

25,0 2020 18,6

Wat deden we in 2022?

Auping biedt in samenwerking met Reclassering Nederland werkplekken aan mensen die een werkstraf moeten verrichten. Deze mensen helpen bij de disassemblage van de geretourneerde matrassen. Zo dragen ze bij aan onze circulaire doelstellingen en dragen wij bij aan de doelen van Reclassering Nederland. Reclassering Nederland wil mensen op het rechte pad krijgen en houden. Dat doen ze door reclassenten te motiveren voor en begeleiden naar een leven zonder criminaliteit.

9 INDUSTRIE, INNOVATIE EN INFRASTRUCTUUR



SDG 9 streeft ernaar de mobiliteit en infrastructuur te verbeteren, en de nadelen ervan – zoals tijdverlies als gevolg van files, onveiligheid in het verkeer en druk op het milieu – te verminderen. Ook moet het bedrijfsleven innoveren en verduurzamen.

SDG-subdoel 9.4

Modernisering van de infrastructuur en verduurzamen van industrieën tegen 2030. De focus ligt op een grotere doeltreffendheid bij het gebruik van hulpbronnen en van schonere en milieuvriendelijke technologieën en industriële processen, waarbij alle landen de nodige actie ondernemen volgens hun eigen respectieve mogelijkheden.

Totaal aantal punten 2022 (in %)

43,2 2020 36,7

Wat deden we in 2022?

Samen met CuRe technology en Spinning Jenny zetten we een circulair polyestertextiel-ecosysteem op. Het circulair polyestertextiel-ecosysteem maakt het mogelijk om volledig circulaire polyestermatrassen op industriële schaal te produceren en deze aan het einde van hun levensduur volledig te recyclen. Een van de nieuwe grondstoffen die bij deze vorm van recycling ontstaat is rPET. Deze grondstof heeft een 50-60% lagere carbon footprint dan virgin PET (Bron: Projectplan Re-Act).

In 2022 hebben we nieuw beleid ingezet voor ons leasewagenpark van personenwagens waarbij we de transitie maken naar een volledig elektrisch wagenpark. Elke nieuwe auto die we toevoegen aan het wagenpark is volledig elektrisch. We streven naar een volledig elektrisch wagenpark in 2025. In 2022 bestond 34% van ons wagenpark uit volledig elektrische auto's.

12 VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE



Duurzame productie en consumptie – met een efficiënter gebruik van grondstoffen – verlaagt de druk op het milieu en vermindert de afhankelijkheid van die grondstoffen.

SDG-subdoel 12.5

Tegen 2030 de afvalproductie aanzienlijk beperken via preventie, vermindering, recycling en hergebruik.

Totaal aantal punten 2022 (in %)

67,7 2020 58,2

Wat deden we in 2022?

Sinds 2022 is de demontage van circulaire matrassen ingericht op de Auping-locatie Bergweidedijk. Hier halen we de retour gekomen circulaire matrassen uit elkaar. In 2022 hebben we ongeveer 3.550 matrassen groten-deels handmatig gedisassembleerd.

13 KLIMAATACTIE



SDG 13 is gericht op de aanpak van de door mensen veroorzaakte klimaatcrisis. In 2015 is het Klimaatakkoord van Parijs tot stand gekomen dat beoogt klimaatverandering en de nadelige effecten daarvan te verminderen. De effecten van klimaatverandering vormen een bedreiging voor mens en natuur.

SDG-subdoel 13.2

Maatregelen inzake klimaatverandering integreren in nationale beleidslijnen, strategieën en planning.

Totaal aantal punten 2022 (in %)

39,3 2020 35,1

Wat deden we in 2022?

Auping stond, samen met 4 andere organisaties uit de matrasindustrie, aan de wieg van de UPV (Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid) die op 1 januari 2022 is ingegaan. Deze wetgeving maakt de matrasindustrie verantwoordelijk voor het afvalbeheer van oude matrassen. Auping stond aan de wieg van deze nieuwe wet die er voor moet zorgen dat de ruim 1,5 miljoen afgedankte matrassen per jaar in Nederland zo goed mogelijk worden verwerkt in plaats van verbrand.

Ons reportingframework:

de basis voor transparante rapportage

In ons reportingframework geven we aan hoe Auping waarde creëert met en voor onze stakeholders. Sinds 2021 rapporteert Auping vanuit een nieuw reportingframework over vier waardepijlers. Deze pijlers zijn:

Circulaire waardeketen: onze weg naar een volledig circulair productaanbod.

- Assortiment
- Inkoop materialen
- Reststromen

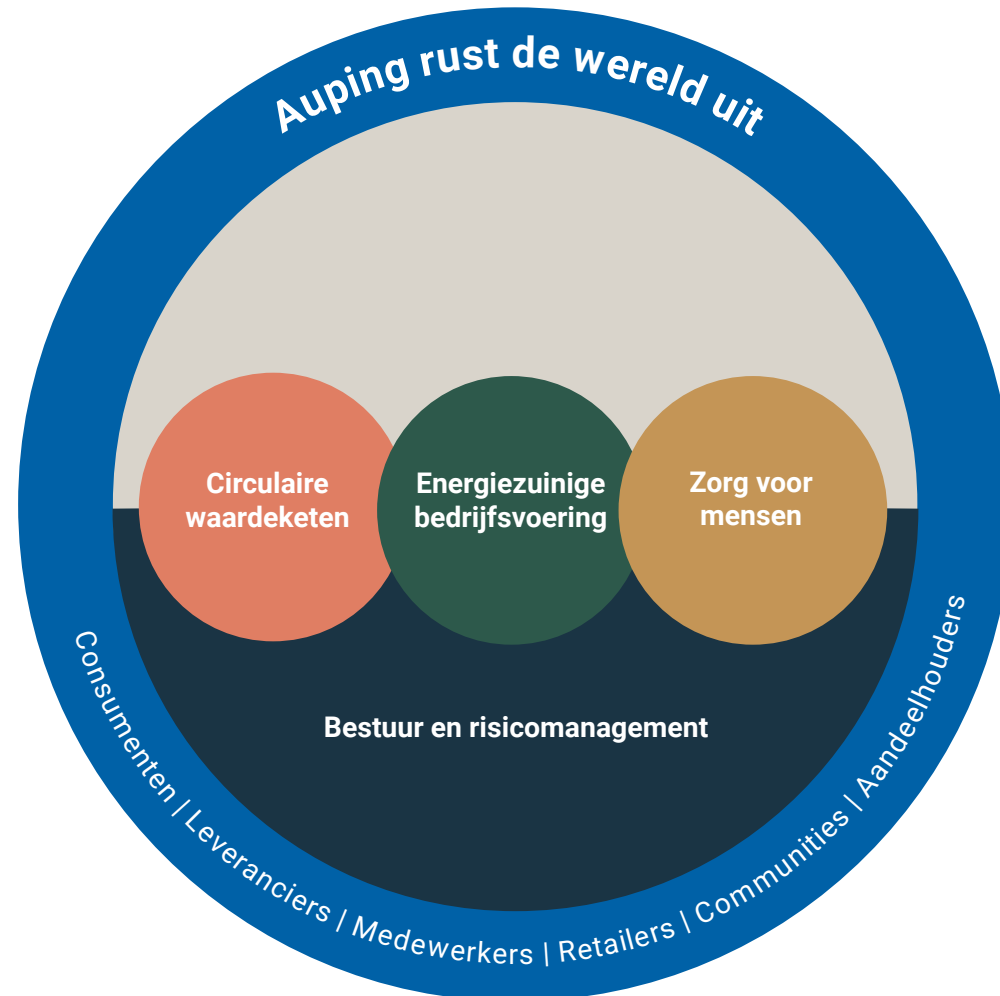
Energiezuinige bedrijfsvoering: het minimaliseren van de impact van fabriek en keten.

- Energie en water
- Impact van onze operatie
- Ketenimpact

Zorg voor mensen: oprechte aandacht voor onze medewerkers, leveranciers en klanten.

- Medewerkers
- Leveranciers
- Klanten

Bestuur en risicomanagement: de basis van ons duurzame ondernemerschap.



Waardecreatiemodel

Input

Financieel

Kasstromen en externe financiering

Infrastructuur

Duurzame fabriek in Deventer: 22.000 m²

Verkooppunten in Nederland: 217

Internationale verkoopkantoren: 4

Europese verkooppunten: 320

Exportlanden: 30

Omnichannel strategie

Intellectueel en menselijk

>135 jaar ervaring

Medewerkers: 398 (363 fte)

Sociaal

Leveranciers: 55

Natuurlijk

Elektraverbruik: 3.581 kWh (x 1.000)

Waternverbruik: 2.241 m³

Gasverbruik: 132 m³ (x 1.000)

Toegevoegde waarde

Auping DNA

Purpose – Visie
Missie



Certified



Corporation

Output

105.000 matrassen,
bedden en boxsprings

Omzet: € 96,1 mln.

EBITDA: € 5,5 mln.

Outcome

Circulaire waardeketen
Circular Transition Indicator
2022 26,2%

Afval: 1.265.000 kg (-22%), waarvan:
80,2% duurzaam verwerkt:
– 58,7% gerecycled
– 21,5% biomassa

Energiezuinige bedrijfsvoering
Opwekken eigen energieverbruik: 27%

Emissies
22.843 tCO₂e scope 1, 2 en 3
57 tCO₂e per medewerker: -34%
238 tCO₂e per € miljoen omzet: -8%
96% in scope 3

Zorg voor mensen
95% Auping-slapers slaapt goed

Medewerkers
Verhouding vrouw/man: 40%/60%
Ziekteverzuim: 9,4%
eNPS: 35

Leveranciers
Lokale leveranciers: 67% < 300 km afstand
op basis van geleverd volume (in kg)

Impact



SDG 7: 44,1%



SDG 8: 25,0%



SDG 9: 43,2%



SDG 12: 67,7%



SDG 13: 39,3%

**Ambitie: volledig circulair
productaanbod in 2030**

A photograph of a woman with curly hair and a young child lying on their backs on a bed with a white duvet. They are positioned in front of a large floor-to-ceiling window that looks out onto a dense forest with many trees and fallen leaves on the ground. The woman is wearing a blue and white patterned top, and the child is wearing a pink and white striped outfit. Both have their legs raised and bent at the knees, pointing towards the window. The scene is brightly lit with natural light from the window.

Circulaire waardeketen

Circulaire waardeketen

Thema	Indicator*	Status	Commitment	
		2022	2025	2030
Assortiment	CTI-score	26,2%	70%	90%
	% Hergebruik retouren	0-meting	70%	100%
Inkoop materialen	% Recycled content	0-meting	35%	60%
	% Duurzaam hout	87%	100%	100%
	% Duurzaam textiel	49%	65%	100%
Reststroom	Reductie reststromen	-5%	-15%	-25%
	Bestemming nuttige toepassing	58,7%	70%	80%

*Definities indicatoren in bijlage (zie pagina 48).

In een circulaire waardeketen wordt gebruikge-
maakt van veilige grondstoffen, die door het ont-
werp van het product en de processen eindelijk
worden hergebruikt of gerecycled tot nieuwe
materialen van gelijkwaardige kwaliteit binnen
een economisch rendabel model. Afval wordt
daarmee uitgesloten.

Ambitie

Het is onze ambitie om in 2030 een volledig circulair assortiment
te voeren. De uitgangspunten hierbij zijn:

- De producten die we ontwerpen en maken zijn:
 - gemaakt van veilige en herbruikbare materialen (minimaal een extra levensduur);
 - zoveel mogelijk gemaakt uit recycled content;
 - modulair.

- Onze processen maken een circulaire kringloop voor onze produc-
ten mogelijk. Voorwaarden voor de processen zijn, dat ze:
 - toegankelijk zijn voor consument en producent;
 - economisch haalbaar zijn;
 - door ons of door ketenpartners georganiseerd zijn.

CTI-tool

Bij Auping maken we circulaire vooruitgang graag meetbaar. Hier-
voor gebruiken we de CTI-tool (CTI staat voor Circular Transition
Indicators) die is ontwikkeld door de World Business Council for
Sustainable Development. Met deze tool analyseren we in- en
uitgaande materiaalstromen. Materiaal in de ingaande stroom is
circulair als het eerder is gebruikt in een product (recycled content)
of van hernieuwbare oorsprong is. Dat laatste is bijvoorbeeld het
geval bij hout uit duurzaam beheerde bossen. Waar het gaat om de
uitgaande materiaalstroom maakt de CTI-tool inzichtelijk in welke
mate een product aan het einde van de levensduur kan worden her-
gebruikt en of dat ook daadwerkelijk gebeurt.



Het is onze ambitie om materialen zo goed mogelijk te recycleren.
Daarbij zijn we ons ervan bewust dat hoe goed je je retourstroom
en recycleproces ook inricht, er altijd een klein percentage verlies
of uitval is.

Op weg naar een volledig circulair assortiment

De komende jaren zien we drie fasen waarin we de doelstelling van een volledig circulair assortiment willen realiseren.

Fase 1: 2022 en 2023, basis en inzicht

In 2022 en 2023 verwerven we inzicht in waar we staan door de afspraken met onze leveranciers goed vast te leggen. Zo leren we en kunnen we beter aantonen welke materialen gerecycled zijn en of we voldoen aan certificeringseisen. Onze CTI-scores stijgen daardoor.

Fase 2: 2024 – 2025, versnellen

In de jaren daarop vervangen we, waar mogelijk, alle niet-circulaire grondstoffen in onze producten door circulaire grondstoffen. We zien veel ontwikkelingen waardoor niet-circulaire materialen kunnen worden vervangen door circulaire alternatieven. Zoals het huidige MDF in onze hoofdborden.

Fase 3: 2025 – 2030, herontwerp

Niet bij alle producten is het eenvoudig om de niet-circulaire grondstoffen te vervangen door circulaire grondstoffen. In dat geval zullen we het bestaande product herontwerpen of het product uit het assortiment halen en vervangen voor een circulair alternatief.

Circulariteit

Als richtlijn voor onze circulaire werkwijze, van productontwerp en het sourcen van materialen tot de verwerking van retour- en reststromen gebruiken we de R-ladder van RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland). Bij onze doelstelling naar volledige circulariteit in 2030 streven we naar de hoogst mogelijke trede van de ladder, R6 sluiten we uit.

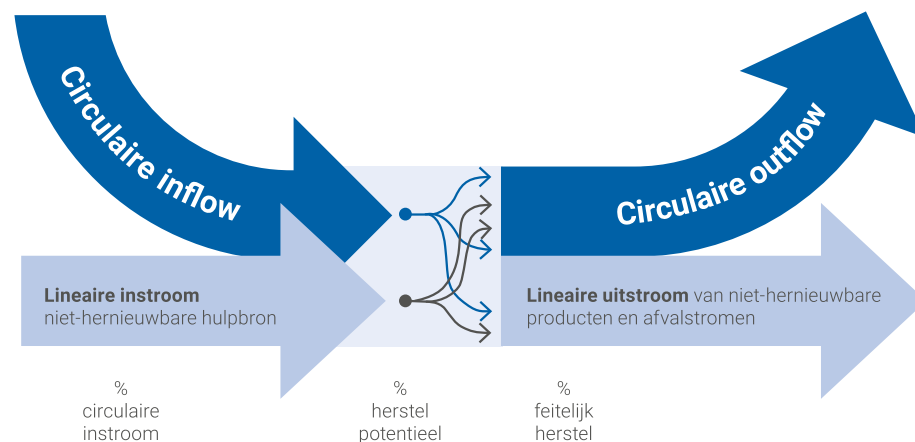
Deze ladder heeft zes treden:

- R1. Refuse en Rethink:** stap af van producten of materialen die je eigenlijk niet nodig hebt en/of intensifieer productgebruik.
- R2. Reduce:** verminder grondstoffenverbruik tijdens de productie en het gebruik van producten.
- R3. Re-use:** hergebruik het product, in dezelfde functie, door een andere gebruiker.
- R4. Repair, Refurbish, Remanufacture en Repurpose:** repareren, opknappen, reviseren en hergebruiken.
- R5. Recycling:** verwerk en hergebruik grondstoffen en reststromen.
- R6. Recover:** verbrand materialen met energieteterugwinning.



Meer verkochte circulaire matrassen

In de ultieme circulaire keten bestaat afval niet. In 2022 hebben we een substantiële stap voorwaarts gezet door het aandeel verkochte circulaire matrassen uit te breiden naar 48% van het totaal aantal verkochte witte matrassen. Sinds het voorjaar van 2022 hebben we drie circulaire matrassen in ons assortiment: Evolve, Elysium en Elite.



Circular Transition Framework, WBCSD

CTI-roadmap naar 2030

Status januari 2022			2022-2023		2024-2025	2026-2030	
Stap			Formaliseren circulaire inflow	Inflow	Inflow	Circulair design	Outflow
Resultaat	Score	CTI-score	Transparantie gerecyclede en hernieuwbare content in producten	Meer gerecyclede en/of hernieuwbare materialen in producten	Meer gerecyclede en/of hernieuwbare materialen in producten	Nuttig hergebruik van materialen zoals hout/kunststof/metaal	Borging van nuttig hergebruik (recycling/re-use) van materialen middels eigen georganiseerde loop of gebruik van bestaande loop
Impact op CTI-score	gewogen naar Auping-omzet	op product-niveau					
Bed Auronde	0,14%	4%	44%		50%	90%	90% ¹
Bed Essential	1,53%	47%	83%		85%		90%
Bed Noa	0,21%	16%	40%		50%		90%
Boxsprings	2,81%	33%	45%		61%	90%	90%
Matras Evolve	3,25%	47%	56%	72%	85%		90%
Matras Elysium	4,08%	47%	56%		85%		90%
Matras Elite	2,78%	39%	46%		85%		90%
Spiraalbodems	5,01%	30%	40%		75%		90%
Totaal	26,2%	25%	48%		67%		90%

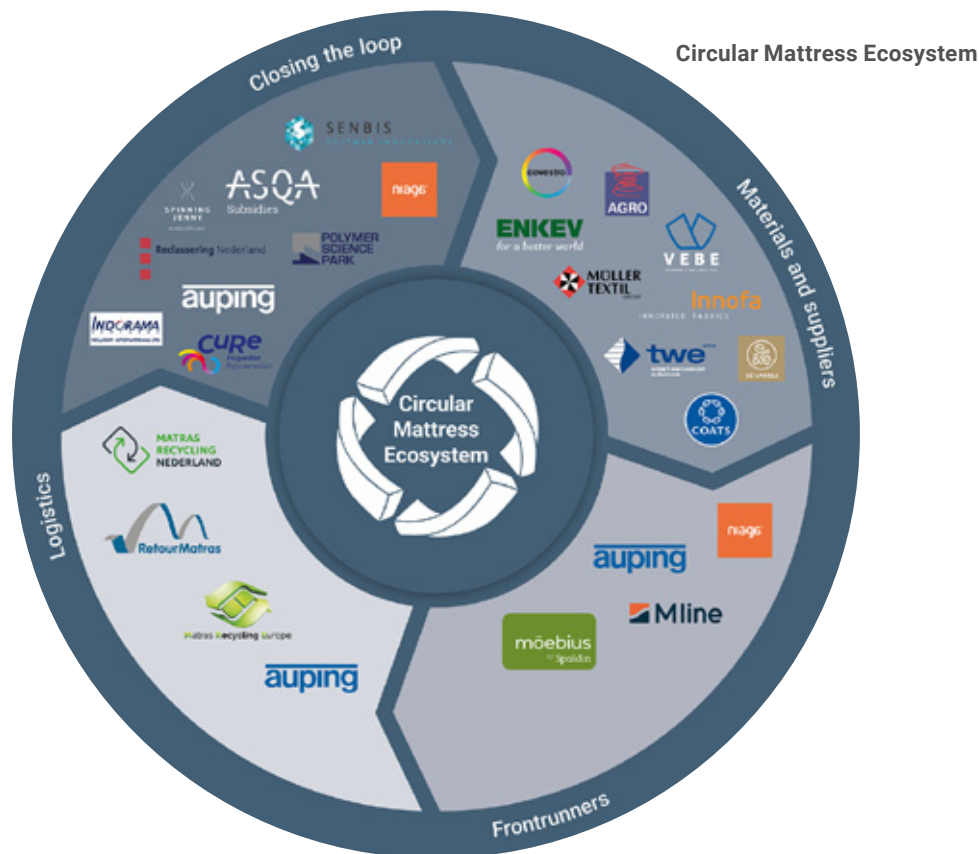
¹ Mits voor het samengestelde hout een nuttig hergebruik stroom kan worden gevonden.

Ketencirculariteit: closing the loops

In een circulaire economie staat samenwerking centraal. Auping initieerde daarom het Circular Mattress Ecosystem, een cruciaal netwerk voor het delen van kennis en het stimuleren van voortuitgang in de volledig circulaire keten. De netwerkpartners nemen initiatief om alle schakels van de cirkel te versterken. Zo maken we de belofte van hoogwaardig hergebruik van een matras werkelijkheid.

De illustratie hiernaast toont een selectie van de partners waarmee we samenwerken in het Circular Mattress Ecosystem.

- Ontwikkeling en productie circulair matras. Een product kan pas circulair zijn als in de praktijk ook daadwerkelijk de waarde wordt benut voor een tweede levensduur.
- Een netwerk van partners voor het delen van kennis en stimuleren van voortuitgang in de keten.
- De demontage en verwerking van materialen wordt gedaan door Auping en geselecteerde partners.



Auping ontvangt EFRO-subsidie voor circulaire transitie

Samen met de consortiumpartners CuRe Technology B.V. en Spinning Jenny heeft Auping een subsidie toegekend gekregen voor het opzetten van een circulair polyestertextiel ecosysteem. Een systeem waarin Auping circulaire polyestertextiel matrassen levert en aan het eind van de levenscyclus disassembleert. CuRe maakt van de materialen uit de disassemblage granulaat en Spinning Jenny zet het granulaat weer om naar garen. Vervolgens

verwerken de toeleveranciers van Auping dit weer in nieuwe materialen en van deze materialen maken we weer een nieuw matras. Met de subsidie kan Auping een pilotfabriek inrichten met een nieuwe geautomatiseerde productielijn voor circulaire matrassen, dat zorgt voor een grote kwaliteits- en efficiëntieverbetering. Vanaf juni 2023 zal Auping gaan proefdraaien in de pilotfabriek.



Europese Unie

Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

Hergebruik retouren

Matrassen

Auping maakt zich sterk voor het hergebruik van matrassen die retour zijn gezonden. We onderscheiden hierbij twee categorieën: de matrassen die retour komen uit onze omruilgarantie en de producten die retour komen omdat er iets is misgegaan bij de productie of levering, of met de verwachting van de klant. Bij alle retour gekomen producten streven we naar een zo hoogwaardig mogelijk hergebruik. We meten het hergebruik aan de hand van het percentage gewicht dat is hergebruikt ten opzichte van het totaal gewicht van retour gekomen producten.

De circulaire matrassen van Auping die retour komen worden gedemonteerd en de herwonnen grondstoffen worden gebruikt voor nieuwe matrassen. Bij Evolve en Elysium kan dat voor 100% van de grondstoffen, bij Elite kunnen we 80% van het materiaal hergebruiken. 37% van onze retour gekomen matrassen zijn circulaire matrassen waarvan we de materialen hoogwaardig hebben hergebruikt, de overige 63% bestaat uit het klassieke, op schuim en lijm gebaseerde, assortiment. Dit wordt na omruilgarantie verwerkt door een recyclingpartner die zelf de meest geschikte toepassing van de reststroom vaststelt.

Ook zijn er afgelopen jaar ongeveer vijfhonderd retour gekomen matrassen naar de opvang voor mensen in Oekraïne en omliggende landen gegaan.

Overig producten

Naast matrassen komen er incidenteel andere producten retour zoals bedden van bijvoorbeeld hout of aluminium, of stalen bedbodem. Een deel van deze producten is geschikt om alsnog te verkopen al dan niet na behandeling.

Inkoop materialen

Wie duurzame producten wil maken moet goed nadenken over zijn materiaalkeuze. Bij Auping kiezen we waar mogelijk voor gerecyclede materialen, duurzaam hout en duurzaam textiel.

Gerecyclede materialen

Onder zogenoemde 'gerecycled content' verstaan we grondstoffen en materialen die voortkomen uit recyclingprocessen. We drukken het gebruik hiervan uit in het percentage van het totaal aantal ingekochte grondstoffen en materialen.

Op dit moment hebben we onvoldoende inzicht en zekerheid over het aandeel gerecycled content in onze producten om een exacte status af te geven. Daarom doen we in 2023 een nulmeting. We streven naar 35% gerecyclede content in 2025.

Duurzaam hout

Bij Auping verwerken we hout in onze bedden Auronde en Noa. Daarnaast bevatten de hoofdborden van alle bedden hout. We maken hierbij met name gebruik van duurzaam hout.



Wouter Dijkman, Manager Research Innovation & Product Development:

‘Wij zijn de initiator van en de verbinder in de circulaire keten’

Wouter stond samen met het team research, innovatie en productontwikkeling aan de basis van de gesloten circulaire matrasketen van Auping. Samen zetten ze een ontmantelingscentrum neer waarin deze matrassen volledig worden gedemonteerd tot nieuwe bruikbare materialen die weer input voor leveranciers vormen in de beddenindustrie. Wouter: ‘Per jaar worden er in Nederland 1,5 miljoen matrassen weggegooid. Een ongelooflijk hoog aantal. We kwamen er al snel achter dat het ontwerpen en maken van een circulair product niet voldoende is, dat het sluiten

van de keten ook aan het eind van de levensduur van cruciaal belang is. Daarom hebben we het proces van ontmantelen tot in detail uitgewerkt en kunnen we nu elk deel omzetten in nieuwe grondstoffen. We stellen de ontwikkelde techniek ter beschikking aan de complete keten en proberen ook andere matrasproducenten aan te zetten tot deze circulaire manier van werken. Dit is dus echt *closing the loops*. Na afronding van de matras transitie zijn de bedbodem- en ook de bedtextielketen aan de beurt om te transformeren naar duurzame ketens.’

We drukken het aandeel ingekocht hout van aantoonbaar duurzame oorsprong uit in het percentage hout als onderdeel van de totale hoeveelheid ingekocht hout.

Het aandeel duurzaam hout in 2022 is 87% (in kg van het totaal geleverde volume). We streven naar 100% in 2025.

Duurzaam textiel

Waar mogelijk gebruiken we duurzaam textiel in onze producten. Het gaat daarbij om meubelstof voor het stofferen van boxsprings en de hoofdborden van onze bedden, bedtextiel (hoeslakens en dekbedovertrekken) en dekbedden en kussens. Bij textiel is het niet eenvoudig te definiëren wanneer er sprake is van 'duurzaam', vooral omdat wij verschillende toepassingen kennen. Wij gebruiken als uitgangspunt: GOTS certified, GRS certified en stoffen van 100% gerecycled content en volledig en hoogwaardig te recyclen textiel. We drukken het aandeel duurzaam textiel uit in het percentage duurzaam textiel als onderdeel van de totale hoeveelheid ingekocht textiel.

Het aandeel duurzaam textiel in onze collectie in 2022 is 49% (in kg van het totaal geleverde volume). We streven naar 65% in 2023.

In 2023 wordt de UPV Norm voor bedtextiel geïntroduceerd. Hiermee worden producenten en importeurs van kleding en huis-houdtextiel verantwoordelijk voor de afvalfase van producten die zij in Nederland op de markt brengen. Auping omarmt deze norm, maar ziet het als een begin: onze ambities reiken verder dan deze branchenorm.

GOTS-gecertificeerd

Global Organic Textile Standard (GOTS) is een internationaal keurmerk dat eisen stelt aan de productie van vezels en de verdere verwerking ervan tot artikelen van textiel. Het gaat daarbij om milieueisen, eisen aan arbeidsomstandigheden en eisen rond dierenwelzijn.

GRS-gecertificeerd

Global Recycled Standard (GRS) is een internationale norm die de aanwezigheid en hoeveelheid gerecycled materiaal in weefsels verifieert en de stroom van grondstoffen van de bron tot het eindproduct volgt. GSR maakt het klanten, merken en consumenten mogelijk om geverifieerde gerecyclede producten te herkennen. Zo vergroot GRS het gebruik van gerecyclede materialen in producten.



Conny Pasman, Category Manager Bedding:

'Auping kiest voor slow fashion'

Conny zit al meer dan 25 jaar in de wereld van textiel. 'Ik zie het als onze verantwoordelijkheid om onze ketenpartners zo duurzaam mogelijk te laten produceren,' vertelt Conny. 'Voor kussens en dekbedden werken we samen met Ducky Dons uit Ermelo. En voor bedtextiel (moltons, hoeslakens en dekbedovertrekken) met Van Dijk uit Amersfoort. Ducky Dons werkt onder andere met GRS-gecertificeerde (Global Recycle Standard) materialen. Daarnaast nemen zij oude kussens en dekbedden retour die vervolgens volledig gerecycled worden. Met Van Dijk werken

we met duurzaam gecertificeerd katoen, conform GOTS of BCI. GOTS staat voor Global Organic Textile Standard en BCI staat voor het Better Cotton Initiative. Beide certificeringen richten zich op het verduurzamen van de katoenteelt. Maar als aanjager van de keten willen we meer. Ik heb de bedtextielcollectie daarom opgebouwd vanuit de *slow-fashion*-gedachte. We bieden een mooie basiscollectie aan met tijdloze items, die tweemaal per jaar wordt aangevuld met een aantal kleurrijke dessins, kenmerkend voor Auping. Met deze aanpak onderscheiden we ons.'



Vooronderzoek volledige circulaire bedtextielcollectie

Studenten van Saxion Hogeschool (Into the Future) doen een vooronderzoek naar de mogelijkheden voor een volledige circulaire bedtextielcollectie. Zij onderzoeken bijvoorbeeld welke materialen geschikt zijn voor circulair bedtextiel, maar ook welke manieren van recyclen daarvoor geschikt zijn en hoe we de consument daartoe kunnen motiveren.

Reststromen

Bij Auping werken we dagelijks aan het verminderen en het recyclen van reststromen.

Vermindering reststromen

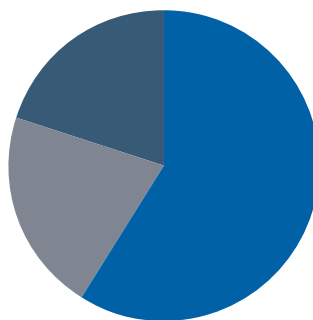
In 2022 zijn onze reststromen met 22% verminderd ten opzichte van 2021: een vermindering van 358 ton afval. Voor 2025 streven we naar een vermindering van 15% en voor 2030 naar een vermindering van 25%.

Om onze reststromen te verminderen werken we samen met onze partner Milgro, die onze reststromen in kaart brengt. Alle productieiders ontvangen een maandrapportage, zodat we met elkaar actief kunnen sturen op het verminderen van reststromen. Om de reststromen nog verder terug te brengen kijken we samen met het inkoopteam ook actief naar hoe we onze materialen en grondstoffen slimmer kunnen inkopen.

Recycling

In 2022 recycleden we 58,7% van onze afvalstromen en hebben we 21,5% omgezet in biomassa. Daarmee gaven we in 2022 al 58% van onze afvalstromen een nuttige bestemming (voor de definitie, zie pagina 48 in het hoofdstuk Over dit verslag).

Het is onze ambitie om in 2025 70% van onze reststromen een nuttige bestemming te geven.



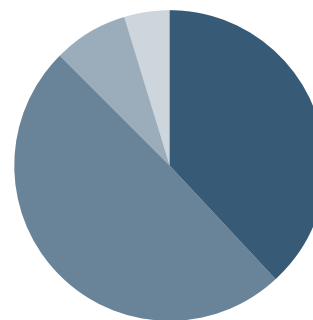
Verwerkingsmethode

Totaal gewicht afval in kg
(x 1.000)

1.265

2021 **1.623** ▼ 22%

2022	2021
58,7% ■ Recyclen	54,4% ■ Recyclen
19,8% ■ Verbranden	23,7% ■ Verbranden
21,5% ■ Biomassa	20,8% ■ Biomassa



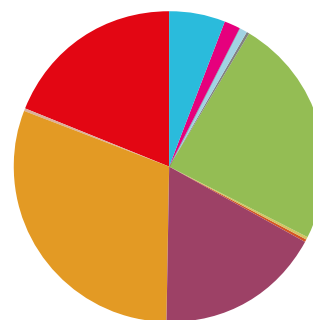
Verbranden

Totaal gewicht afval in kg
(x 1.000)

253.411

2021 **379.660** ▼ 33%

38,16% ■ Klein gevaarlijk afval (KGA)
49,38% ■ Restafval
7,98% ■ Verf/inkt pasteus tot 25 liter
4,49% ■ Verfresten in kunststof/stalen verpakking



Recyclen

Totaal gewicht afval in kg
(x 1.000)

728.378

2021 **881.608** ▼ 17%

0,03% ■ Afvalolie	23,91% ■ Karton
5,87% ■ A-hout	0,36% ■ Koffiebekers
1,74% ■ Aluminium	0,21% ■ Kunststoffen (geen folie)
0,09% ■ Archief	17,38% ■ Matrassen
0,01% ■ Batterijen	30,56% ■ Metalen
0,82% ■ Blik	0,11% ■ Oud ijzer
0% ■ Folie	18,87% ■ Textiel
0,06% ■ Frituurvet	

A photograph of a woman with curly hair and a young girl in a modern bedroom. The woman is sitting on the floor, and the girl is kneeling next to her, playing with blue blocks. They are both smiling. In the background, there is a bed with white linens and a wooden headboard. The room has a light-colored wooden wall and a large window on the left. The text 'Energiezuinige bedrijfsvoering' is overlaid in large white letters.

Energiezuinige bedrijfsvoering

Energiezuinige bedrijfsvoering

Thema	Indicator*	Status	Commitment	
		2022	2025	2030
Energie en water	Verminderen verbruik	Gas: 132.000 m ³ Water: 2.241 m ³ Elektra: 3.581.000 kWh	Gas: -100% Water: -5% Energie: +5%	Gas: -100% Water: -10% Energie: -5%
	Groene energie Eigen opwekking	100% 27%	100% 50%	100% 80%
Impact van onze operatie	CO ₂ scope 1	824	25%	100%
	CO ₂ scope 2	90	0	0
Ketenimpact	CO ₂ scope 3	21.929	-15%	-50%
	Energieverbruik leveranciers	nulmeting in 2023	-15%/50% groen	-25%/100% groen
	Energieverbruik retailers	nulmeting in 2023	-15%/50% groen	-25%/100% groen

*Definities indicatoren in bijlage (zie pagina 48).

We hebben als doel gesteld om in 2030 80% van de energie zelf op te wekken en we zijn aardig op weg. Het ultieme doel is natuurlijk om compleet zelfvoorzienend te worden in ons energieverbruik. De komende jaren nemen we grote stappen, bijvoorbeeld door van het aardgas af gaan, zodat we in 2030 100% energieneutraal zijn in scope 1. We focussen daarnaast op het verminderen van onze impact in de keten, bij zowel onze leveranciers als onze retailers.

Elektriciteit, water en gas

Onze doelstelling is om het verbruik van elektra, water en gas substantieel te verminderen, zowel in onze fabriek als in onze (internationale) kantoorlocaties.

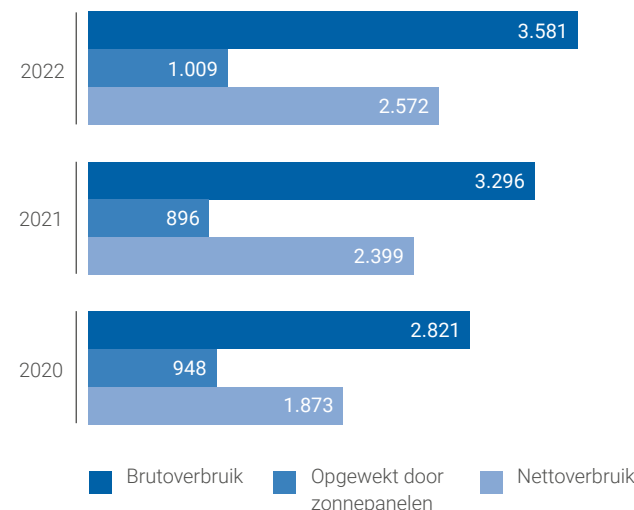
Onze doelstellingen voor 2025 zijn: 100% vermindering van gas en 5% vermindering van water. We verwachten een toename in elektriciteitsverbruik omdat we in plaats van gas soms elektriciteit zullen inzetten. De nulmeting in 2022 is daarvoor het referentiekader.

Groene energie en eigen opwekking

Het aandeel groene energie in het totale verbruik van energie voor de productie- en kantoorlocatie bedraagt nu al 100%.

In 2025 willen we 50% van de energie die we gebruiken zelf opgewekt hebben. In 2022 bedroeg dit percentage 27%. Om het aandeel zelf opgewekte energie te vergroten worden er in de eerste helft van 2023 zonnepanelen geïnstalleerd op het kantoor. Dit als aanvulling op de zonnepanelen op het dak van de fabriek.

Elektriciteitsverbruik in kWh (x 1.000)*



WATERVERBRUIK IN M³*



GASVERBRUIK IN M³ (x 1.000)*



*Verbruik exclusief tijdelijke productielocatie Bergweidedijk 7.



Onze fabriek is al energiezuinig

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 die we gebruiken voor verwarming in koude periodes en in de winter slaan we koude op voor verkoeling op warme momenten.
- Reflecterende dakbedekking. Die zorgt ervoor dat 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 biomassaboiler die werkt op biomassa en daardoor CO₂-neutraal verwarmt.
- Zonnepanelen waarmee we zelf elektriciteit opwekken.



Martijn van Haaf, Directeur Operations:

‘Focus ligt op reduceren van energieverbruik’

Auping volgt de ontwikkelingen in technologie en het verbruik van elektra en gas op de voet. Martijn van Haaf: ‘De focus ligt op het reduceren van het energieverbruik en een zo CO₂-vriendelijk mogelijke operationele bedrijfsvoering. Daarnaast investeren we in nieuwe en bestaande technieken met als doel uiteindelijk zelfvoorzienend te zijn in onze energiebehoefte. De energie die we nu nog aanvullend inkopen is 100% gecertificeerde groene energie. Bij de aanschaf van nieuwe installaties is het energieverbruik een belangrijk beslissingscriterium.

Sensortechnologie en het stimuleren van energievriendelijk gedrag door onze medewerkers helpt ook. Het gasverbruik hebben we met onze warmte-koudeopslag al flink verminderd en restwarmte wordt zo goed mogelijk benut. Relatief veel gas verbruiken we nog in onze moffeloven, hoewel deze uitstekend is geïsoleerd en we warmteverlies hier zoveel mogelijk te beperken. Op termijn willen we het moffelproces volledig elektrificeren, een grote stap richting een CO₂-neutrale bedrijfsvoering.’

Impact van onze operatie en ketenimpact

Auping meet sinds 2019 de CO₂-uitstoot van zijn eigen operatie en de ketenimpact volgens de internationale standaard van het Greenhouse Gas Protocol (GHG). Uiteraard met het doel om de impact in zowel scope 1, 2 als 3 te verminderen. Sinds de eerste meting realiseren we ons dat de grootste impact van onze operatie in scope 3 valt. Onze focus en investeringen in duurzaam energiegebruik voor scope 1 en 2 in de afgelopen jaren betaalt zich duidelijk uit. Onze doelstelling op onze CO₂-uitstoot is niet minder ambitieus; we willen in 2030 de impact van scope 1 en 2 geneutraliseerd hebben en de impact van scope 3 moet, ten opzichte van 2022, gehalveerd zijn.

Emissiereductie

Over het afgelopen jaar is de berekende uitstoot over scope 1, 2 en 3 22.843 tCO₂e, dit is 28,8% lager dan in 2021, toen het totaal op 32.084 tCO₂e uitkwam. Het aandeel van scope 1 in het totaal kwam uit op 3,6% (2021: 2%). Het aandeel van scope 2 bedroeg 0,4% (2021: nihil). De besparing is vooral behaald binnen scope 3, van 31.468 tCO₂e naar 21.929 tCO₂e. Dat is een daling van 30,3%. De besparing is vooral toe te schrijven aan een vermindering van inkoop van goederen en verbeterde data en rekenmethodiek.



Onze GHG-metingen worden steeds accurater

Auping laat de impactmetingen sinds 2019 uitvoeren door duurzaam adviesbureau South Pole. Samen met hen werken we ieder jaar aan het accurater maken van onze berekeningen. Dat is een weg van de lange adem. Bij de meting van de CO₂-uitstoot wordt nog veel gebruikgemaakt van aannames op basis van industriegemiddelden en calculaties. Dat betekent dat niet alle berekeningen volledig van toepassing zijn op onze situatie en soms over jaren moeilijk te vergelijken zijn, met name voor scope 3. Ieder jaar zijn we in staat om onze accuraatheid van de calculaties te verbeteren. Dit jaar bijvoorbeeld door de daadwerkelijk verbruikte energie van onze Stores (scope 3) te hanteren in plaats van aannames te gebruiken zoals we dat in het verleden deden. Ook hebben we dit jaar het daadwerkelijke energieverbruik van onze internationale verkoopkantoren (België, Duitsland en Denemarken) meegenomen. Door het gebruik van deze werkelijke data, in plaats van industriegemiddelden, zien we de CO₂-besparende maatregelen dus ook terug in onze emissiecijfers.

Totaal scope 1, 2 en 3 (in tCO₂e)

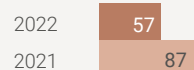
Totale GHG-emissies tCO₂e



Aantal medewerkers



tCO₂e/medewerker



-34%

Omzet in € mln.



tCO₂e/€ mln.



-8%



Emissieoverzicht

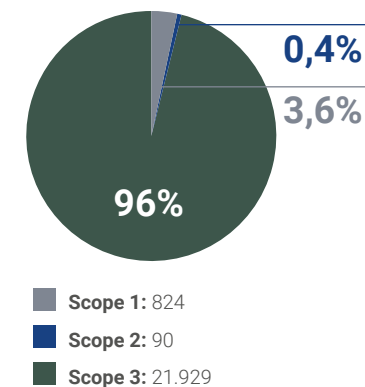
96% van de emissies van Auping komt uit scope 3 en is dus gebaseerd op het overige indirecte energieverbruik. Hiervan is 86,1% afkomstig uit activiteiten gerelateerd aan de inkoop van onze goederen en services en 3,7% uit de activiteiten van onze franchises.

Scope 1		
Directe GHG-emissies tCO ₂ e		
2022	824	
2021	615	

Scope 2		
Indirecte GHG-emissies tCO ₂ e		
2022	90	
2021	0	

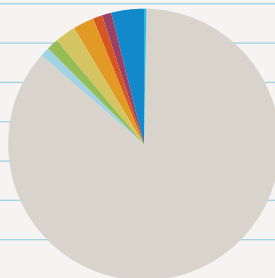
Scope 3		
Overige indirecte GHG-emissies tCO ₂ e		
2022	21.929	
2021	31.468	

Totaal scope 1, 2 en 3



Activiteiten scope 3: overige indirecte GHG-emissies tCO₂e

Per primaire bron	2021	2022	
Zakelijke reizen	160	66	0,3%
Inkoop van goederen en services	21.117	18.881	86,1%
Kapitaalgoederen	2.350	263	1,2%
Woon-werkverkeer medewerkers	172	286	1,3%
Upstream transport en distributie	1.303	548	2,5%
Afval uit operatie	629	548	2,5%
End-of-life afhandeling verkochte producten	681	241	1,1%
Brandstof en energiegerelateerde activiteiten	688	285	1,3%
Franchises	4.368	811	3,7%
Totaal	31.468	21.929	



Scope 3: indirecte GHG-emissies tCO₂e uit inkoop van goederen en services

2022	18.881
2021	21.117





Wat meten we met scope 1, 2 en 3?

Scope 1: is de directe CO₂-uitstoot, veroorzaakt binnen de organisatie. Dit is de uitstoot van onze werkzaamheden zoals vervoer- en productie-gerelateerde activiteiten. Denk hierbij aan verwarmingsinstallaties, onze auto's en klimaatinstallaties.

Scope 2: deze omvat de indirecte uitstoot van CO₂ door opwekking van gekochte en verbruikte elektriciteit of warmte. De elektriciteit die op onze tijdelijke productielocatie wordt gebruikt valt hier bijvoorbeeld onder.

Scope 3: dit is indirecte uitstoot van CO₂, veroorzaakt door bedrijfsactiviteiten van partners in onze productieketen en waar we geen directe invloed op uit kunnen oefenen. Bijvoorbeeld de uitstoot veroorzaakt door onze leveranciers.

Scope 1

Als het gaat om onze eigen directe impact, met name afkomstig uit onze fabriek kunnen we bouwen op de transitie naar één productielocatie die we in 2015 hebben ingezet. Niet alleen de productie-omgeving profiteert daarvan, ook de kantooromgeving, die verwarmen we met restwarmte uit de fabriek. Afgelopen jaar zien we een lichte stijging van de emissies in deze categorie, die komt vooral door gebruik van gas op de tijdelijke productielocatie voor circulaire matrassen (Bergweidedijk 7, Deventer). Daarnaast hebben we dit jaar ook de door medewerkers gebruikte leaseauto's opgenomen in scope 1 in plaats van scope 3, omdat het gebruik direct binnen onze invloedssfeer valt.

In de komende jaren verwachten we een daling van de emissies in scope 1 als de tijdelijke productielocatie vervalt. Daarnaast zien we voor de komende jaren nog ruimte voor verbetering van scope 1 door in onze fabriek te kiezen voor een moffeloven op elektriciteit.

Nu verbruiken we met de huidige installatie zo'n 100.000 m³ per jaar om de lak op onze producten uit te laten harden. Ons doel is om in 2025 van het aardgas af te zijn, waarmee we dan in de fabriek CO₂-neutraal zijn.

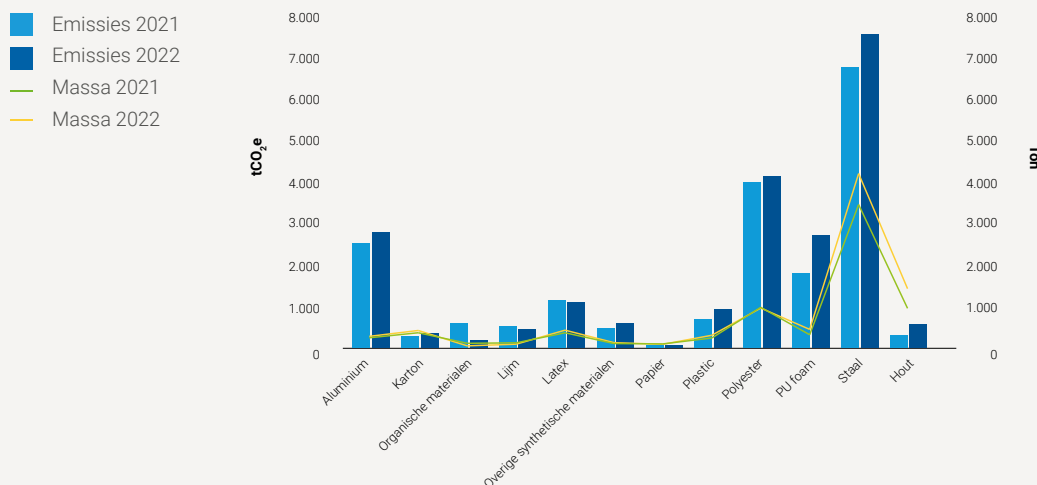
Scope 2

Alle energiebesparende maatregelen en ons groene energiecontract (100% Nederlandse windenergie) hebben er voor gezorgd dat onze scope 2 al jaren slechts een geringe hoeveelheid emissies kent. De stijging van afgelopen jaar is toe te wijzen aan elektriciteitsverbruik op de tijdelijke productielocatie. Omdat we niet verwachten deze locatie op lange termijn te blijven gebruiken, zien we deze stijging als een incidentele, tijdelijke piek en voeren we geen verdere energiebesparende maatregelen uit. Wel blijven we investeren in uitbreiding van eigen opwekking van energie op onze permanente locaties. Uiteindelijk verwachten we 80% van ons energieverbruik zelf op te kunnen wekken.

Ketenimpact, scope 3

Sinds 2019 weten we dat de grootste impact van onze totale operatie ligt binnen scope 3: de indirecte CO₂-uitstoot van onze leveranciers en winkeliers. Binnen deze categorie telt de 'inkoop van goederen en diensten' het zwaarst mee, met afgelopen jaar circa 86%. In deze categorie vallen alle materialen die we inkopen voor de productie van onze bedden, matrassen, boxsprings en andere artikelen.

Emissieoverzicht gebruikte grondstoffen 2021-2022



De daling van de absolute hoeveelheid emissies in scope 3 ten opzichte van 2021 die direct toe te wijzen is aan onze bedrijfsactiviteiten, komt dan ook met name voort uit de categorie 'inkoop van goederen en diensten'. De lagere waarden voor inkoop van goederen in 2022 dan in 2021, komt bijvoorbeeld doordat de opdracht voor de productie van mond-neusmakers voor de Rijksoverheid afliep. We hebben deze productie in 2022 slechts kort uitgevoerd en dus minder materialen ingekocht. Een tweede impactvolle oorzaak voor de daling binnen scope 3 is het gebruik van accuratere data, welke een reëler beeld geeft van onze situatie dan de generieke data die in het verleden gebruikt werden. Dit komt vooral tot uiting bij de impact van de categorie 'franchisers'.

De retailers waarmee we samenwerken zijn franchise-ondernemers en ook onderdeel van onze doelstelling om de wereld uit te rusten. Binnen scope 3 houden we rekening met de winkeliers die volgens onze 'Store'-formule werken. Dat zijn single brand Auping Stores, waarbij wij een redelijke mate van invloed kunnen uitoefenen

op de emissies van de winkels. Dit in tegenstelling tot de Studio (multi brand)omgeving. Afgelopen jaar zorgden de single brand Auping Stores voor 3,5% van de uitstoot in scope 3. Samen met onze retailers gaan we komende jaren intensiever sturen op het verminderen van energieverbruik. Daarnaast gaan we het aandeel 'groene' energie als totaal van de verbruikte hoeveelheid energie bij deze ondernemers stimuleren. Het doel is 100% groene energie in 2030. Op dit moment is het gemiddelde energieverbruik van de Auping Stores voor elektra 48 kWh/m² en voor gas 3.23 m³/m². Hiervan is op dit moment 70% groene energie.

Om ons doel van halvering van de scope 3-emissies te realiseren zullen we met name kijken naar het terugbrengen van de impact van de door ons ingekochte goederen. Bijvoorbeeld door aan de slag te gaan met recycled content voor impactvolle materialen als staal, en door in gesprek te gaan met leveranciers over hoe we de uitstoot in de keten kunnen verminderen.



Steven Terpstra, Supply Chain Risk Operator:

'Wij geloven in ketenregie'

Steven focust op het in kaart brengen van het complete spectrum aan geleverde materialen, en in hoeverre die aan de duurzaamheidseisen van Auping voldoen. Naast de materialen en de afstand tot onze fabriek gaat sinds 2022 de aandacht ook uit naar het energieverbruik en de CO₂-uitstoot van leveranciers. Steven: 'We gaan voor langetermijnrelaties en verwachten dan ook voor energieverbruik een inspanning van onze leveranciers.'

Het is een echt samenspel. We vragen ze in detail te kijken naar de impact van hun productie en dit kan lastig zijn, want welk deel van hun CO₂-uitstoot is Auping-gerelateerd? Niet iedereen heeft dit inzicht. Hiermee vervullen we onze rol in de complete keten, want indirect stimuleren we hen hiermee om zo energie-efficiënt mogelijk te produceren en met ons mee te gaan in het verminderen van de impact van de totale keten.'



Waar we nu staan?

Onderzoek van duurzaam adviesbureau South Pole laat zien dat we wat betreft scope 1 en 2 al heel ver zijn. De komende jaren nemen we de laatste stappen, zodat we in 2028 een CO₂-neutrale en in 2030 een energieneutrale bedrijfsvoering hebben. De uitdaging ligt overduidelijk in scope 3. Voor Auping is 2023 het jaar waarin we ook plannen gaan maken voor reductie voor dit indirecte deel van onze emissies.



Zorg voor mensen

Zorg voor mensen

Thema	Indicator*	Status	Commitment	
		2022	2025	2030
Medewerkers	eNPS	35	40	45
Leveranciers	% Code of Conduct Inzicht in 2 nd tier	- 25%	80%/100% 50%	80%/100% 100%
Klanten	Goed geslapen (PSQI)	95%	>90%	>90%

*Definities indicatoren in bijlage (zie pagina 48).

Of het nu gaat over stijgende kosten of de hernieuwde vrijheid in handelen na de pandemie. Het jaar 2022 maakt opnieuw duidelijk dat wij in een snel veranderende wereld leven. Dat vraagt veerkracht en wendbaarheid van onze organisatie en dus ook van onze medewerkers. Duurzame ontwikkeling van medewerkers en het bieden van een veilige werkomgeving is daardoor nog belangrijker geworden. Maar zorg voor mensen impliceert ook zorg voor onze leveranciers en onze klanten.

Medewerkers

De duurzame ontwikkeling van onze medewerkers is een belangrijke voorwaarde om in te kunnen spelen op een veranderende wereld. In 2022 hebben wij onze visie hierop vastgelegd en een start gemaakt met de uitrol ervan. In onze visie zijn aandacht voor het

individuele en de persoonlijke ontwikkeling vanzelfsprekendheid. Daarbij staat samenspel tussen leidinggevende en medewerker vanuit een veilige basis voorop en nemen medewerkers de regie over hun eigen ontwikkeling. Een belangrijke doelstelling daarbij is dat we onze medewerkers een toegankelijk breed en divers leeraanbod aanbieden, waaruit iedereen zijn of haar keuze kan maken.

eNPS

We zijn trots op onze eNPS (Employee Net Promoter Score) van 35. Daar laten we het echter niet bij, we willen deze verder verhogen door onder andere een veilige werkplek tot stand te brengen voor iedereen. Ook zullen we opleidingen en leer- en ontwikkeltrajecten voor medewerkers nog beter toegankelijk maken. De uitkomsten van het onderzoek naar medewerkerstevreden (MTO) zullen we ook nauwgezet evalueren met als doel hier verbeterpunten uit te halen.

Inclusiviteit

Auping streeft naar een veilige werkomgeving waarin iedereen zich thuis voelt, ongeacht leeftijd, ervaring, achtergrond, gender en

geaardheid. In het wervings- en selectiebeleid is dan ook aandacht voor het voeren van de eerlijke dialoog en het opbouwen van teams die divers zijn.

Om zij-instromers aan Auping te binden ontwikkelden we samen met Aventus en Randstad een opleiding die hen klaarstoomt voor een nieuwe carrière binnen Auping. Ook is er een taaltraject gestart om medewerkers die moeite hebben met de Nederlandse taal te helpen zich de Nederlandse taal eigen te maken.

Leiderschapsprogramma

Om de veilige basis te kunnen bieden die nodig is voor de optimale ontwikkeling van onze medewerkers zijn we in 2022 gestart met een groot leiderschapsprogramma voor de 24 managers die de toplaag van Auping vormen. Dit programma is gebaseerd op de principes van Secure Base Leadership. Het biedt managers handvatten voor het creëren van een veilige werkomgeving en het versterken van een ondernemersmentaliteit.



eNPS: Top 10-werkgever in de regio

Bevelen onze medewerkers ons aan als werkgever? Dat onderzoeken we jaarlijks via de eNPS (The Employee Net Promoter Score). Over 2022 was deze score zo hoog (35) dat we ons in 2023 World-class Workplace mogen noemen. Daar zijn we trots op, maar het betekent niet dat we het daarbij laten. We zetten erop in om een top 10-werkgever in de regio te zijn, zodat we nog meer talenten aan ons kunnen binden.

Veilige werkplek

Wij streven naar een veilige werkomgeving waar iedereen zich thuis voelt én naar een letterlijk veilige werkplek. In 2022 namen we een aantal belangrijke stappen op het gebied van HSE (health, safety en environment).

Dedicated HSE Manager

In 2022 is er een dedicated HSE Manager aangesteld. Zij is gestart met de update van het HSE-beleid, waarbij de focus van het beleid op preventie ligt.

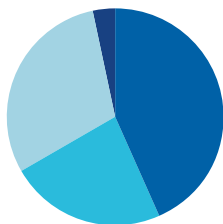
Arbo-managementsysteem

Daarnaast is er een arbo-managementsysteem ingericht en is het melden van veiligheidsincidenten gedigitaliseerd. Alle productie-leiders hebben een app waarmee ze snel en gemakkelijk meldingen kunnen doen. Er zijn vijf categorieën voor meldingen (zie grafiek hiernaast).

Totaal in 2022: 90 veiligheidsmeldingen.

Bij deze 90 veiligheidsmeldingen was 14 keer sprake van een herhalingsincident. We namen 54 corrigerende maatregelen om herhaling te voorkomen.

Veiligheidsmeldingen



- 39 ■ Gevaarlijke situatie
- 21 ■ Bijna ongeval
- 27 ■ Ongeval met enig letsel
- 3 ■ Onwelwording
- 0 ■ Milieu-incident



Inge van der Weijden, Voorzitter OR:

‘Vanuit vertrouwen in gesprek blijven’

Inge van der Weijden is Trade Support Coördinator en Voorzitter van de Ondernemingsraad. Inge: ‘Wat ons bij Auping verbindt is de trots op het Auping-merk, onze historie, onze innovatie en onze doelstelling om in 2030 een volledig circulair assortiment te bieden. We hebben het hele jaar door OR-vergaderingen en daarnaast overlegvergaderingen met de bestuurder. Je bent met elkaar alleen effectief als er openheid is. Vanuit de OR om onze zorgen, vragen en adviezen te delen en vanuit de bestuurder die open en transparant informatie

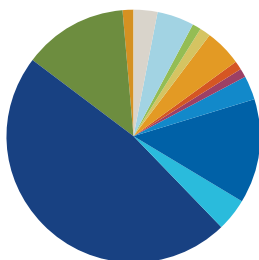
met ons deelt. Ik ben tevreden over de samenwerking. Er is een basis van vertrouwen, waarin we ons gehoord voelen. Zo kunnen we onze collega’s ook echt goed vertegenwoordigen. Er is veel aandacht voor de ontwikkeling van leidinggevend, zodat zij een veilige werksfeer kunnen scheppen waarin medewerkers initiatief durven te nemen. Dit is iets wat nog verder ontwikkeld wordt in de komende jaren. Voor ons is het van groot belang dat Auping als werkgever een vruchtbare basis schept van waaruit medewerkers kunnen groeien en bloeien.’

Leveranciers

Auping werkte in 2022 samen met 55 productgerelateerde leveranciers (2021: 52). Met deze leveranciers hebben we vaak lange relaties en vanuit deze keten komt verreweg het grootste deel van onze emissies voort (scope 3). Buiten dat we deze emissies willen verminderen, willen we in brede zin zorgen voor een partnerschap waarin onze waarden vertegenwoordigd worden.

Materialstromen leveranciers 2022

Waarden (in kg)		t.o.v. 2021
Aluminium	220.222	↓ 13,76%
Karton	341.589	↓ 13,76%
Organisch materiaal	88.245	228,12%
Lijm	99.404	48,40%
Latex	340.858	↓ 15,60%
Overig synthetisch materiaal	82.402	↓ 20,84%
Papier	73.901	13,55%
Plastic	216.144	↓ 23,16%
Polyester	951.364	1,89%
PU-schuim	293.627	↓ 30,44%
Staal	3.417.728	↓ 17,85%
Hout	940.843	↓ 32,75%
Overige	94.493	↓ 45,39%
Totaal	7.160.819	↓ 17,58%



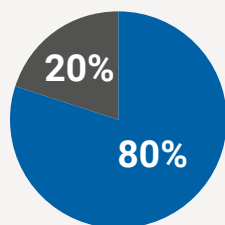
Code of Conduct

Daartoe hebben we in 2022 onze Code of Conduct geactualiseerd. In 2023 gaan we open met onze leveranciers in gesprek en leggen we samen deze afspraken vast. We streven naar ondertekening door alle leveranciers waarbij we productgerelateerde goederen inkopen (100%). Voor niet-productgerelateerde inkoop, waar diverse diensten en goederen onder vallen, streven we naar 80% van de purchase spend.

2nd Tier

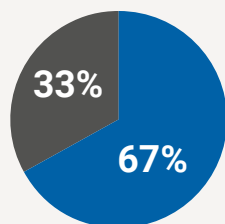
Naast goed inzicht en begrip van het handelen van onze leveranciers investeren we de komende jaren ook in het vergroten van de kennis van de leveranciers van onze leveranciers, ofwel de 2nd tier. Op deze manier proberen we meer zicht te krijgen op onze totale keten om vervolgens een betere inschatting te maken van onze impact. In 2030 willen we alle leveranciers van onze leveranciers kennen.

Transport



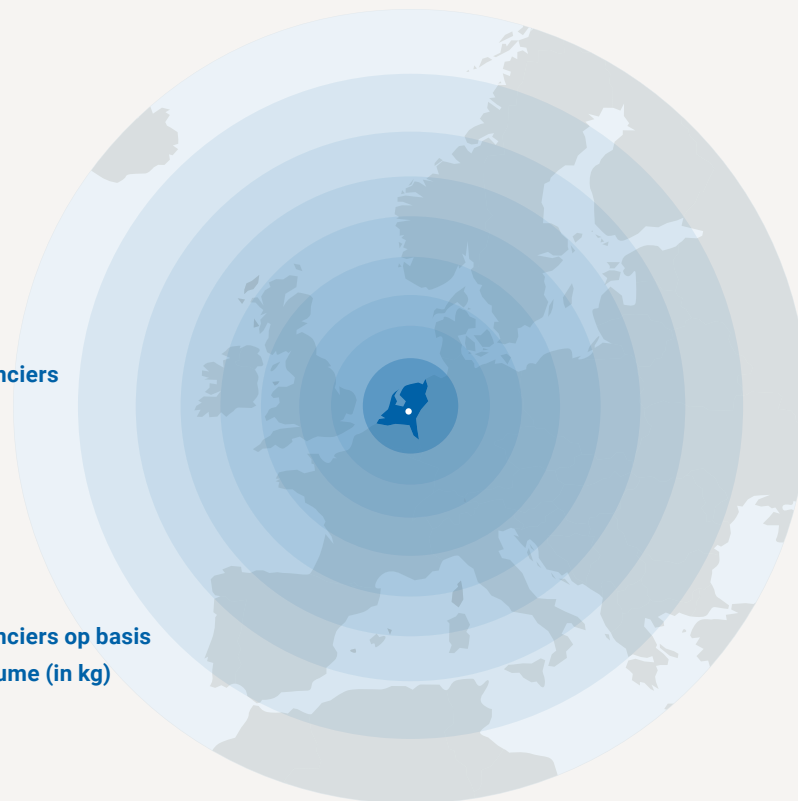
Nabijheid leveranciers in aantal

- < 300 kilometer
- > 300 kilometer



Nabijheid leveranciers op basis van geleverd volume (in kg)

- < 300 kilometer
- > 300 kilometer



Klanten

Alles wat we doen bij Auping is gericht op het brengen van rust. Goede slaap is essentieel voor een gezond leven en dus heel waardevol. Want wie slecht slaapt, merkt dat aan alles. Je bent moe, snel geprikkeld, makkelijk afgeleid. Als je goed bent uitgerust, merk je juist het omgekeerde: je bent ontspannen, energiek, scherp en hebt meer aandacht voor een ander. Als je goed hebt geslapen ben je de beste versie van jezelf.

Goed slapen volgens Auping

Eigenlijk weten we dit allemaal al lang. En toch geven veel mensen geen prioriteit aan hun slaap en weten ze onvoldoende wat daarbij voor hen belangrijk is. De meeste voorwaarden voor een goede slaap zijn bekend, zoals voldoende slaap, een regelmatig ritme en zo weinig mogelijk verstoringen. Maar ieder mens is uniek, we hebben allemaal onze individuele voorkeuren en behoeftes, ook als het gaat om goed slapen. Auping helpt met inzicht in deze voorkeuren en behoeftes en helpt met waardevolle slaaptoplossingen die daar bij passen.

Het belang van slaap

De kwaliteit van de slaap hangt samen met hoe we overdag functioneren. Als we niet of te weinig slapen, dan blijkt het functioneren van onze hersenen sterk te worden beïnvloed. Het tast ons geheugen, ons concentratievermogen, ons spraakvermogen, onze reactiesnelheid, besluitvaardigheid en ons gevoel voor tijd, ruimte en planning aan. Daarnaast beïnvloedt het onze emoties en fysieke gezondheid. Slechte en te weinig slaap kan een negatieve invloed hebben op bijvoorbeeld ons humeur en doorzettingsvermogen. Goed slapen zorgt voor meer energie en een fitter lijf. Het belang van slaap kunnen we grofweg onderverdelen in fysiek herstel, mentaal herstel en emotioneel herstel.

Hoe slapen Auping-consumenten?

Hoe goed slapen consumenten op een Auping-matras? Dat meten we jaarlijks door een deel van onze klanten een vragenlijst voor te leggen. De vragenlijst is gebaseerd op een deel (item 9) van de Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI). Dit is een veelgebruikte

wetenschappelijke vragenlijst voor het doen van slaaponderzoek. De vragenlijst sluit een-op-een aan bij onze strategie 'Auping Rust de Wereld uit' en vraagt naar de kwaliteit van slaap over de afgelopen maand.

Slaapkennis delen

Ons streven is de wereld uitrusten. We spannen ons dan ook in om onze actuele kennis over goed slapen bij al onze stakeholders onder de aandacht te brengen. Dit doen we via de Auping Academy, workshops en online communicatie zoals nieuwsbrieven en blogs.

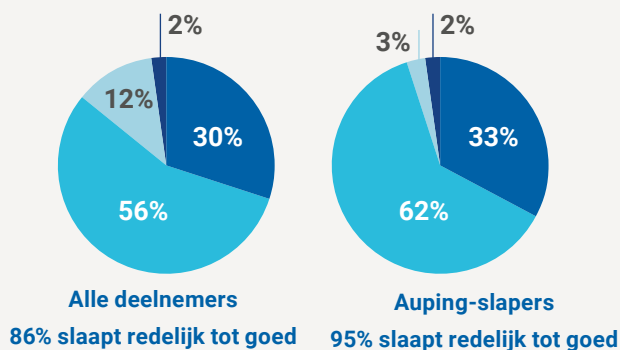
Sponsor van de Rust

Als 'Sponsor van de Rust' rusten we sportteams niet alleen uit door ze te laten slapen op Auping-matrassen, maar ook door kennissessies te organiseren met en voor de sportteams. Zo hebben we in 2022 kennissessies georganiseerd voor de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond (KNHB) met de nationale hockeyselecties (dames en heren) over het belang van rust. Dit is voor elke

Enquête slaapkwaliteit*

Hoe zou u uw globale slaapkwaliteit tijdens de afgelopen maand beoordelen?

- Heel slecht
- Redelijk slecht
- Redelijk goed
- Heel goed



* Steekproefomvang: 501. Aandeel Auping-slapers in steekproef: 12%.



deelnemer aangevuld met een persoonlijk slaapadvies. Doel is door goede slaap de prestaties van de teams verder te verbeteren.

In het kader van onze sponsoring van de Deventer-voetbalclub Go Ahead Eagles hebben in 2022 onder meer een workshop gegeven over het belang van rust met praktische slaaptips aan 250 voetballers in de leeftijdscategorie 13-21. Hier waren ook de ouders bij aanwezig.

De samenwerking met Go Ahead Eagles gaan we in 2023 verder uitdiepen. Met de selecties onder de 18 en onder de 21 gaan we workshops doen over wat goede nachtrust kan bijdragen aan de individuele sportprestaties. Hierbij wordt een koppeling gelegd naar wetenschappelijk onderzoek waarbij we het effect van een goede nachtrust op onder andere snelheid en passnauwkeurigheid gaan meten.

Auping Academy

De Auping Academy is het trainingsinstituut voor alle Auping-adviseurs en heeft een aanbod van bijna twintig verschillende e-learnings over onze producten, maar ook over ergonomie, de 'waarde van rust' en natuurlijk onze duurzame dromen. Een groot aantal van deze e-learnings is beschikbaar in maar liefst vijf verschillende talen. Sinds 2019 hebben we flink ingezet op het uitbreiden en verder internationaliseren van ons online trainingsaanbod. In de afgelopen drie jaar is er in totaal meer dan 9.000 keer een e-learning doorlopen.

In 2022 hebben we met een team van meer dan twintig specialisten en trainers meer dan 300 fysieke trainingen verzorgd en wereldwijd volgden meer dan 1.500 mensen de e-learning modules.



Helen Zwiers, Kennismanager Auping Academy:

'We dragen bij aan het echte Auping-gevoel'

Bij Auping verkopen we niet 'zomaar' een bed, boxspring of matras. We verkopen rust. Dat doen we niet alleen. Auping gelooft in een hechte samenwerking met gedreven zelfstandig ondernemers die net zoveel van Auping houden als wij. Helen Zwiers: 'Waar je het ultieme Auping-gevoel krijgt? In een winkel waar een Auping-adviseur je met liefde welkom heet, met enthousiasme over ons mooie merk vertelt, alle ins en outs van onze producten kent en je voorziet van ergonomisch onderbouwd matrasadvies. Daar helpen we ze waar mogelijk bij. De Auping Academy is hét trainingsinstituut voor elke Auping-adviseur met de ambitie om te leren en ontwikkelen. Ons programma is gebaseerd op de pijlers van het Auping-ambassadeurschap: productkennis, sales, ergonomie, manage-

mentcoaching en gastvrijheid. Zo trainen we fysiek in de winkels, in onze showroom in Deventer (met de uitstraling van een echte Auping-winkel) en online in de vorm van e-learnings. Met een team van meer dan twintig specialisten en trainers hebben we in 2022 meer dan 300 fysieke trainingen verzorgd en wereldwijd volgen meer dan 1.500 mensen de e-learning modules in vijf verschillende talen. Met het Auping Academy-team doen we meer dan alleen het overdragen van kennis aan onze retailkanalen, we zoeken ook graag de samenwerking op met onze ondernemers en Auping-adviseurs. Die hechte samenwerking is essentieel om het elke dag weer beter te doen. Elke training vind ik het weer fantastisch te zien hoeveel passie de Auping-adviseurs hebben voor hun werk en ons merk.'



Bestuur en risicomanagement

de basis voor ons bedrijf

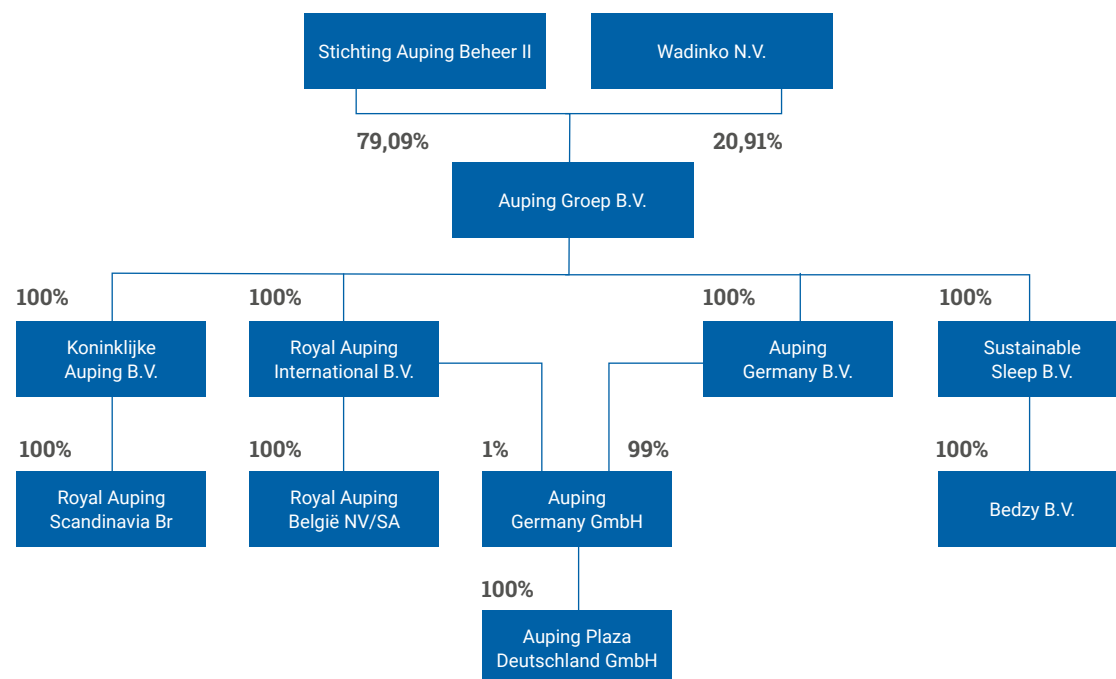


Management Team

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.

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 risicobeheersings- 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 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 tijdig 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 verandering 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.

Linda Hoebe, Financieel Directeur:

‘Risico’s in evenwicht brengen’



Linda Hoebe is sinds de zomer van 2020 Financieel Directeur bij Auping. Linda: ‘In 2022 hebben we onze strategie herijkt. Hierbij gaan we uit van twee basisprincipes: het beschermen van de continuïteit voor al onze stakeholders én Auping rust de wereld uit (onze belofte aan de wereld voor onze niet-financiële doelstellingen). Bij die belofte staat waardecreatie centraal. Voor al onze waardepijlers (circulaire waardeketen, energiezuinige bedrijfsvoering en zorg voor mensen) toetsen we – vanuit ons risico-framework – periodiek waar we staan en welke risico’s we hierbij tegenkomen en hoe we deze mitigeren. Compliance en risico-verantwoordelijkheid zijn hierbij belangrijke issues. Mijn rol is vooral het bewaken van de balans tussen beide basisprincipes. Het gaat dus niet alleen om financiële risico’s, maar ook om de risico’s die onze duurzaamheidsambitie met zich meebrengt, dan wel de risico’s die deze ambitie bedreigen. Met deze risicoaanpak zijn we in staat om Auping naar een duurzame toekomst te begeleiden.’

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 Auping komende jaren verder worden ontwikkeld met als doel een passend volwassenheidsniveau te bereiken binnen de verschillende divisies. Hierbij is het streven risicoleiderschap ten aanzien van het waarmaken van onze beloften te ontwikkelen bij medewerkers op alle niveaus, zonder onnodige bureaucratie te creëren.

Risicobereidheid	Toelichting	Risicobeleid
Strategische risico's		
Middel/hoog	Gevoeligheid voor economische conjunctuur, geopolitieke en arbeidsmarkt-ontwikkelingen 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 organisaties is een actief beleid op IT en cybersecurity noodzakelijk.	Het beleid is gericht het up-to-date blijven van de IT en qua cybersecurity op preventie en recovery. Daarnaast laten we onze maatregelen en systemen auditen/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-assortiment: Circulariteitsmeting voor materiaal inflow en outflow uitgedrukt in percentage voor het complete assortiment. Assortimentsscore relatief op basis van omzet per productgroep.
- 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 recyclede content 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.
- 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 recycelen textiel. Dit betreft alle textieltoepassingen binnen het assortiment, zoals matrashoezen en bedtextiel.

Reststroom

- Reductie massa reststroom: De hoeveelheid gereduceerde massa van de reststroom uit de productie van het assortiment als percentage van de massa van de reststroom in 2021.
- Bestemming nuttige toepassing: Het aandeel van de reststroom uit de productie van het assortiment dat wordt toegepast voor recycling en hergebruik, niet zijnde terugwinning. Uitgedrukt in het percentage massa nuttig toegepast als aandeel van de totale massa van de reststroom (inclusief verpakkingsmateriaal als pallets).

Energiezuinige bedrijfsvoering

Energie en water

- Verminderen verbruik: Het terugbrengen van het verbruik van elektra (kWh) gas (m³) en water (m³) voor de productie- en (internationale) 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 (internationale) kantoorlocaties.
- Eigen opwekking: Het aandeel zelf opgewekte elektriciteit als onderdeel van het totale verbruik van de productie- en (internationale) kantoorlocaties. Uitgedrukt in een percentage van het totale verbruik van elektriciteit (kWh).

Impact operatie

- CO₂ scope 1: De vermindering van directe CO₂-uitstoot, veroorzaakt door eigen bronnen binnen de organisatie. Dit betreft eigen gebouwen-, vervoer- en productie-gerelateerde activiteiten (o.a. gas). Inclusief in mindering gebracht eventuele compensatie (certificaten). Uitgedrukt in een percentage reductie ten opzichte van 2022.
- CO₂ scope 2: De vermindering van indirecte CO₂-uitstoot, door opwekking van ingekochte en verbruikte elektriciteit- of warmte. Uitgedrukt in hoeveelheid ton CO₂.

Ketenimpact

- CO₂ scope 3: Verminderen van emissies die ontstaan als gevolg van de activiteiten van de organisatie, maar die voortkomen uit bronnen die geen eigendom van de organisatie zijn en ook niet beheerd worden door de organisatie. Uitgedrukt in een percentage reductie ten opzichte van 2022.
- Energieverbruik leveranciers: Het percentage verminderd energieverbruik bij 1st tier productiegerelateerde leveranciers (ten opzichte van 2022) en het aandeel 'groene' energie als totaal van de verbruikte hoeveelheid energie bij deze leveranciers.
- Energieverbruik Retail: Het percentage verminderd energieverbruik (ten opzichte van 2022) in de Auping-retailomgeving waar we substantiële operationele invloed (lees: Stores) hebben en het aandeel 'groene' energie als totaal van de verbruikte hoeveelheid energie bij deze verkooppunten van Auping.

Zorg voor mensen

Medewerkers

- Goed werkgeverschap – eNPS: Het aandeel medewerkers dat Auping aanbeveelt als goede werkgever bij familie en vrienden (schaal -100- +100).

Leveranciers

- 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 en een percentage voor het aandeel leveranciers voor productgerelateerde purchase spend. Doel is dus 100% product related en 80% van de totale purchase spend heeft Code of Conduct getekend.
- 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.

Klanten

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

Bijlage

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	Toelichting of verwijzing	Paginanummer	Toelichting
-----------	--------------	---------------------------	--------------	-------------

Organisatieprofiel

102-1	Naam organisatie	Koninklijke Auping B.V.	Cover, 54	
102-2	Merken, producten en/of diensten	Assortiment	14	
102-3	Locatie hoofdkantoor	Maagdenburgstraat 26, 7421 ZC Deventer, Nederland	54	
102-4	Het aantal landen waar de organisatie actief is	Actief in Europa met een focus op Nederland en export naar 30 landen	13	
102-5	Eigendomsstructuur en rechtsvorm	Corporate Governance	43-45	
102-6	Afzetmarkten	Overzicht Kernlanden en Exportlanden	13	
102-7	Omvang van de organisatie	Ons DNA en Kerncijfers medewerkers	8, 9	
102-8	Samenstelling medewerkersbestand	Kerncijfers medewerkers	8, 9	
102-9	Informatie over toeleveringsketen	Circulaire waardeketen, Closing the loops, Samenwerking leveranciers en Code of Conduct	21-28, 25, 39	
102-10	Significante organisatieveranderingen tijdens verslagperiode		n.v.t.	Geen
102-11	Toelichting over toepassing van het voorzorgsprincipe	Risicomanagement	46-47	
102-12	Extern ontwikkelde initiatieven die de organisatie onderschrijft	B Corp certificering, Closing the loops	16, 25	
102-13	Lidmaatschap van verenigingen en belangenorganisaties	Closing the loops	25	

GRI-

indicator	Omschrijving	Toelichting of verwijzing	Paginanummer	Toelichting
Strategie				
102-14	Verklaring van de hoogste beslissingsbevoegde over de relevantie van duurzame ontwikkeling voor de organisatie	Voorwoord, Corporate Governance	5, 43-44	
102-15	Belangrijkste impact, risico's en kansen	Onze impact, Onze stakeholderstrategie, Waardecreatiemodel, Closing the loops, en Risicomanagementt	9, 15, 20, 25, 46-47	
Ethiek en integriteit				
102-16	Waarden, principes en gedragsnormen	Onze waarden	2	
102-17	Interne en externe rapportagesystemen voor onethisch en onverantwoordelijk gedrag	Zorg voor mensen	36-39	
102-18	Operationele structuur van de organisatie	Corporate Governance	43-45	
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	43-45	
Stakeholderengagement				
102-40	Lijst van groepen stakeholders die de organisatie heeft betrokken	Onze stakeholderstrategie	15	
102-41	Arbeidsvoorwaarden	Zorg voor mensen	36-39	
102-42	Uitgangspunten voor de inventarisatie en selectie van belanghebbenden	Onze stakeholderstrategie, Reporting framework	15, 19	
102-43	Wijze waarop belanghebbenden worden betrokken	Reporting framework, Circulaire waardeketen (Circular Transition Indicators, CTI-roadmap naar 2030, Closing the loops, interview Wouter Dijkman)	19, 21-28	
102-44	Belangrijkste onderwerpen en vraagstukken die uit het overleg met belanghebbenden naar voren zijn gekomen en hoe de organisatie hierop heeft gereageerd	Reporting framework, Closing the loops	19, 25	

GRI-

GRI-indicator	Omschrijving	Toelichting of verwijzing	Paginanummer	Toelichting
Rapportageprincipes				
102-46	Proces voor het bepalen van de inhoud en specifieke afbakening van het verslag en hierbij gehanteerde uitgangspunten	Onze stakeholderstrategie, Reporting framework	15, 19	
102-47	Materiële onderwerpen die tijdens het proces ter bepaling van de inhoud van het verslag zijn vastgesteld	Reporting framework	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	Energieverbruik leveranciers en retailers, GHG-meting, Emissie-overzicht gebruikte grondstoffen, klanten goed geslapen (PSQI), 2nd Tier, eNPS medewerkers	30, 32, 34, 37, 40, 39, 37	
102-50	Periode waarover wordt gerapporteerd	1 januari 2022 – 31 december 2022		
102-51	Publicatiedatum van het meest recente, voorgaande verslag	Mei 2022		Auping Corporate Social Responsibility Report 2021
102-52	Verslaggevingscyclus	Jaarlijks		
102-53	Contactpunt voor vragen over het rapport of de inhoud ervan	info@auping.nl	54	
102-54	GRI-toepassingsniveau	GRI 4 Core (richtlijn 2016)	50	
102-55	GRI-content index	GRI-tabel	50	
Materiële onderwerpen				
201-1	Directe economische impact	Ons DNA, SDG 9.4	8, 18	
203-1	Impact van inkoop	Circulaire waardeketen, Energiezuinige bedrijfsvoering	21-28, 29-35	
203-2	Indirecte economische impact	SDG 8.2	17	
205-1	Anti-corruptie	Zorg voor mensen	36-41	
206-1	Anti-competitief gedrag	Zorg voor mensen	36-41	
302-1	Energieverbruik binnen de organisatie	SDG 13.2, Energiezuinige bedrijfsvoering	18, 29-35	

GRI-

indicator	Omschrijving	Toelichting of verwijzing	Paginanummer	Toelichting
302-3	Energie-intensiteit	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
302-4	Vermindering van energieverbruik	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
303-5	Waterverbruik	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
305-1	Directe (scope 1) emissies	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
305-2	Indirecte (scope 2) emissies	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
305-3	Andere indirecte (scope 3) emissies	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
305-4	Emissie-intensiteit	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
305-5	Vermindering van de uitstoot van broeikasgassen	Energiezuinige bedrijfsvoering	29-35	
306-1	Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode	Circulaire waardeketen	22-28	
306-2	Management van afvalgerelateerde milieu-impact	SDG 12.5, Circulaire waardeketen	18, 22-28	
306-3	Afvalproductie	Circulaire waardeketen	22-28	
306-4	Voorkomen van afvalverwerking	Circulaire waardeketen	22-28	
306-5	Afvalverwerking	Circulaire waardeketen	22-28	
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	Ons DNA, Kerncijfers medewerkers	8, 9	
403-2	Gezondheid en veiligheid op het werk	Zorg voor mensen	36-41	
404-1	Training en opleiding	Zorg voor mensen, Auping Academy (interview Helen Zwiers)	36-41	
404-2	Programma's voor het verbeteren van de vaardigheden van werknemers	Zorg voor mensen	36-41	
405-1	Diversiteit van bestuursorganen en medewerkers	Ons DNA	9	

Colofon

Dit is de vierde editie van het Auping Corporate Social Responsibility Report.

Publicatiedatum: 31 mei 2023

Dit rapport bestrijkt de periode januari 2022 tot en met december 2022. 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.
Concept en opmaak: CF Report