

◆ • *

ESG-beleid

Een jaar van actie

ABOVO MAXLEAD | 2023

ABOVO | MAXLEAD



Inhoudsopgave



Voorwoord: Hoogtepunten van 2023	3	Betere toekomst voor onze klanten	12	De 7 pijlers	36
AM: Why, how, what?	4	Betere toekomst voor onze gemeenschappen	17	Waardecreatie	38
Visie en strategie in de praktijk	5	Betere toekomst voor de planeet	26	Het waardecreatiemodel	41
AM in getallen	8	Onze visie en strategie	35	De SDG's	43
Duurzaamheid in onze cultuur	9	De materialiteitsmatrix	35		

Hoogtepunten van 2023

Bij Abovo Maxlead was 2023 een jaar van actie op het gebied van ESG. Actie op verschillende fronten om onze duurzame impact ieder jaar groter, relevanter en zichtbaarder te maken.

We hebben het aantal purpose driven klanten in onze portefeuille zien toenemen. We hebben flinke stappen gezet op onze environmental, social en governance goals in combinatie met ons commitment aan een viertal SDG's.

Binnen onze organisatie hebben we de nieuwe tool van Climate-Partner geïntroduceerd. De tool helpt ons op weg naar een méér duurzame toekomst door grotere transparantie en het meten van de CO₂-uitstoot van de mediacampagnes van onze klanten.

Er is ook sprake geweest van een hoger niveau van samenwerking waarin we best practices en kennis delen. We hebben zitting genomen in de VIA Nederland taskforce Klimaat waarmee we initiatieven zullen ontwikkelen om onze branche te ondersteunen in haar duurzaamheidstransitie.

De grootste prestatie die we in 2023 hebben geleverd is in de organisaties in Hoorn en Oegstgeest toewerken naar het moment van het aanvragen van de B Corp certificering. Wij verwachten deze certificering in de zomer van 2024 te behalen. In 2023 zijn de scope 1 en 2 CO₂-reductie- en afvalreductie doelstellingen bepaald en deze worden nauwgezet gemeten. In 2024 zullen we de data gaan aanvullen met de uitstoot uit scope 3.

Ons streven is een organisatie waarin de mens centraal staat. Alleen zo bouwen we aan een robuust en daarmee toekomstbestendig bedrijf. Om dit te bereiken, maken wij keuzes die ge-

richt zijn op het aantrekken en behouden van talent. We geven binnen de organisatie veel aandacht aan het creëren van een veilige en prettige werkomgeving voor alle collega's. Voorbeelden hiervan zijn het aanbieden van een breed scala aan fysieke en mentale ondersteuning voor onze collega's; onder andere via het fietsplan, bootcamplessen, vers fruit, coaching en begeleiding door externe partijen als OpenUp en Meditation Moments. Ook investeren we in de ontwikkeling van medewerkers via onze interne academies, mentorprogramma's en (externe) trainingen. We maken gebruik van de TMA (Talent Management Analyse) om met elkaar in gesprek te gaan over de eigen talenten en de ontwikkeling daarvan.

Het inbedden van een groter begrip van diversiteit en culturele vloeïng is dat ook een topprioriteit, en om het belang ervan en dat van ons te benadrukken engagement hebben we de Women's van de Verenigde Naties (VN) ondertekend Empowerment-principes.

Wij blijven ons richten op het dichten van de ongelijkheidskloof in onze sector door training te geven aan talent met een complexe achtergrond. Wij ondersteunen onze klanten in hun missie naar een duurzamere toekomst door technologie en creativiteit te blijven gebruiken als een krachtig mechanisme ten goede, door ze uit te dagen en onze expertise ter beschikking te stellen om hun duurzame doelstellingen te helpen verwezenlijken. Hierbij kijken we naar de toekomst maar handelen we nu.

Veel leesplezier!

Roos Doggers, CSR & Process Director





Abovo Maxlead: Why, how, what?

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

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

Purpose

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

Missie

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

Mentaliteit

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

Motto

Abovo Maxlead daagt je uit.



Visie en strategie in de praktijk

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



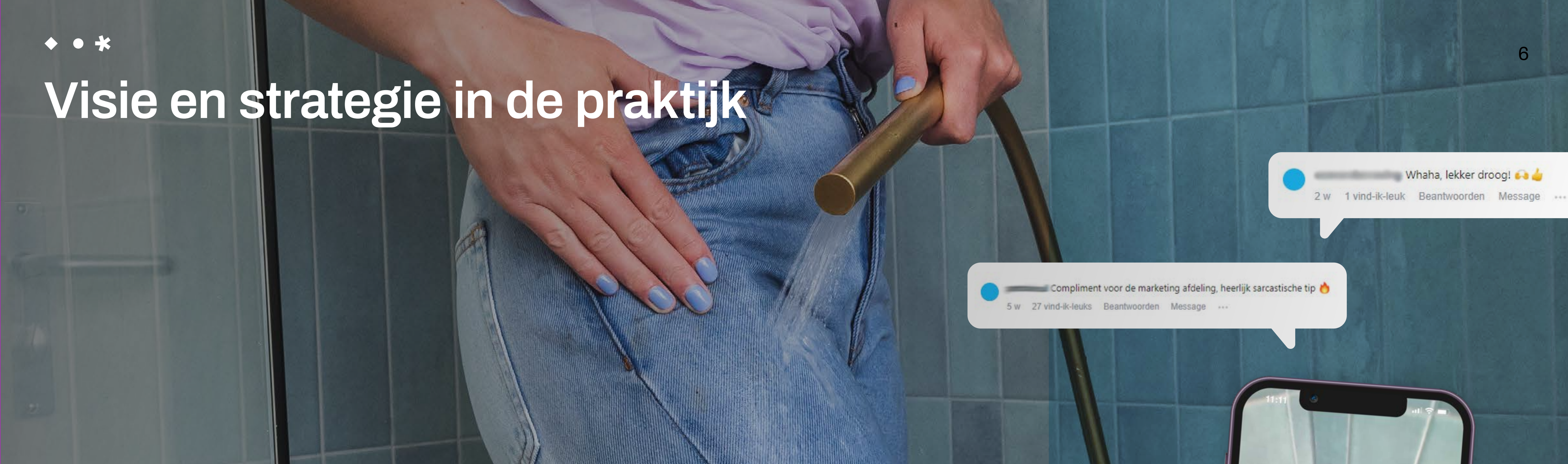
**VIV
ERA**

H₂
missieH2.nl

FAIRPHONE



Visie en strategie in de praktijk



We zijn ervan overtuigd dat technologie en creativiteit kunnen worden gebruikt als krachten voor goed. Dat het krachtige hulpmiddelen zijn bij de overgang naar een duurzamere samenleving. Deze overtuiging is de kern van onze duurzaamheidsvisie en -strategie.

Het voor consumenten gemakkelijker maken om duurzamer te leven en het terugdringen van de CO₂-uitstoot bij het vervaardigen van producten kan alleen gerealiseerd worden met behulp van innovatie. Het stimuleren van innovatie vereist vaak dat de voorkeuren van de consument veranderen. Verander je gedrag, dan verander je de vraag en daar is waar de kracht van creativiteit ligt.

Ondanks onze omvang en de relatief kleine impact die wij kunnen maken, is het onze missie om met ons werk een bijdrage te leveren aan de wereld. Werk dat de wereld een stukje duurzamer maakt, een betere plek creëert, impact maakt op het publiek dat we namens onze klanten bedienen, en waarmee we een kracht in de sector worden.

In 2023 combineerden we creativiteit en vindingrijkheid om impactvolle boodschappen te produceren die weerklank vonden bij het publiek.

Vitens





Kernwaarden



ONDERNEMEND

We denken vooruit, omdat we urgentie voelen. We handelen, omdat er actie nodig is. We denken aan de bottom-line, want er moet geld verdiend worden.



LEF

Zonder lef maak je geen stappen. Als je wilt groeien, moet je een offensief marketingspel spelen. Soms met een uitglijder, maar dan sta je weer op en knok je door.



PLEZIER

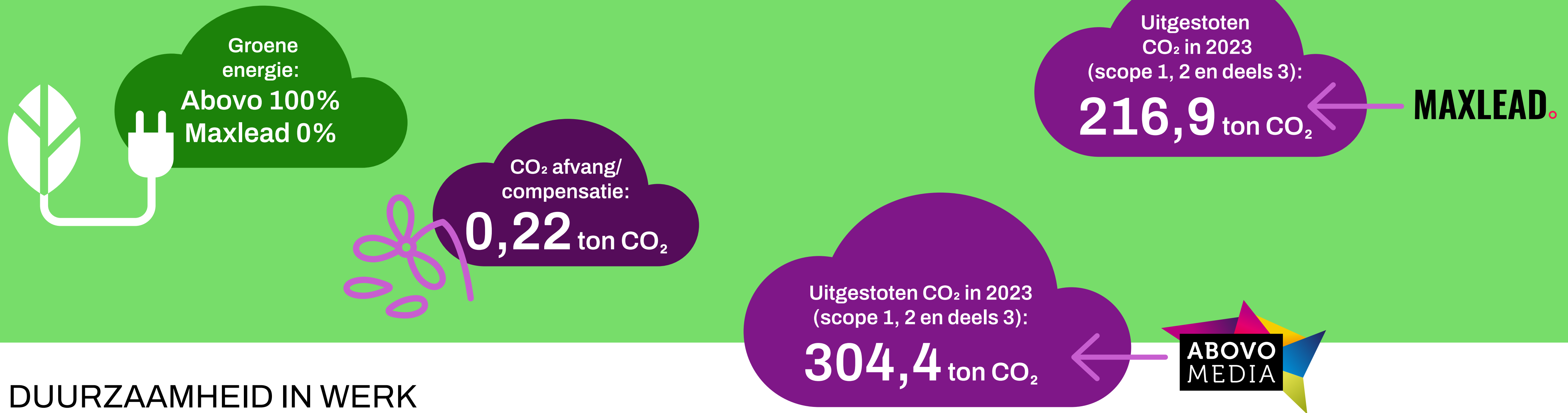
Een fijne sfeer en plezier in werk zet werknemers in hun kracht. De positieve energie die dat oplevert, geven we door aan onze klanten.



KRITISCH

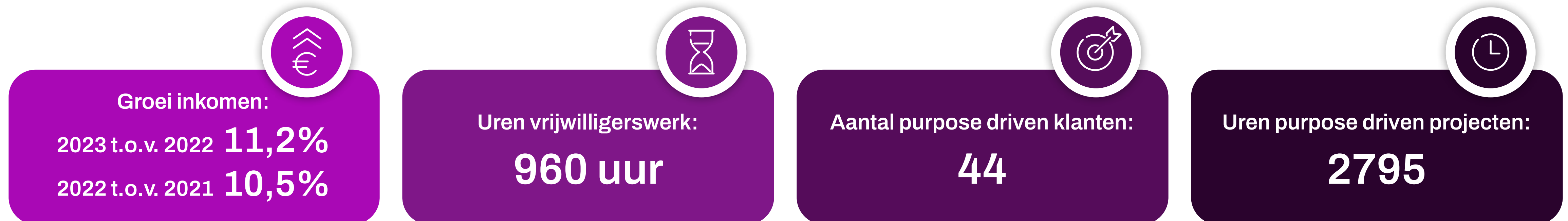
Een klant heeft geen behoefte aan een ja-knikker en vraagt juist om een scherpe en kritische mening.

Abovo Maxlead in getallen



DUURZAAMHEID IN WERK

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





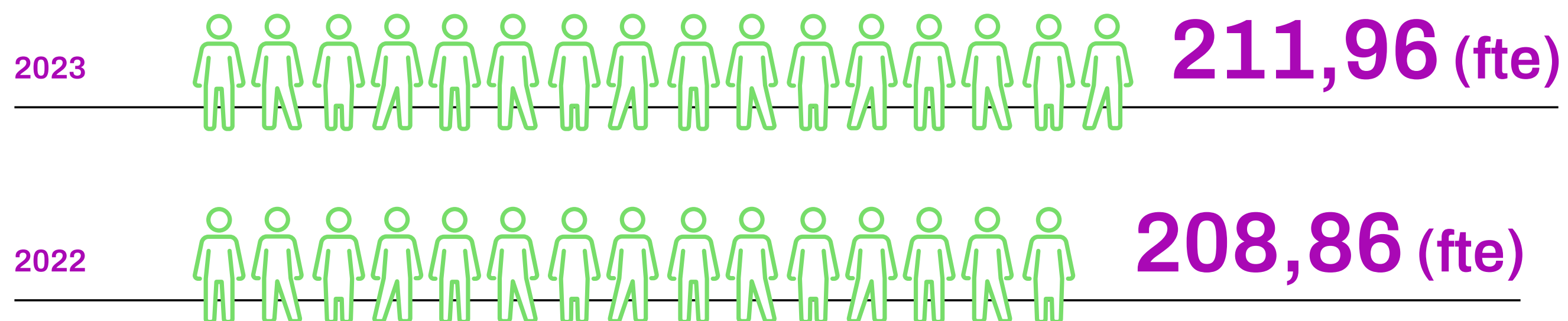
DUURZAAMHEID IN ONZE CULTUUR

Duurzaamheid onderdeel maken van onze cultuur vergt tijd, maar vooral ook inzet, betrokkenheid en urgentie van ons team. We zijn afhankelijk van het talent, de creativiteit en de technologische vaardigheden van onze mensen. Wij streven naar een inclusieve werkomgeving en een eerlijke vertegenwoordiging waar iedereen zich veilig en zelfverzekerd voelt. Als voorkeurswerkgever (in 2023 hebben we het keurmerk Talentontwikkeling behaald) streven we naar een

realistische afspiegeling van de gemeenschap, waarin iedereen wordt gehoord, met een evenwicht in gender en waarin we met veel plezier samenwerken. En we willen dat onze medewerkers ons doel, onze cultuur en onze waarden omarmen. In ruil daarvoor ontvangen onze mensen salarissen, pensioenpremies, arbeidsvoorwaarden, loopbaanontwikkeling en opleidingen.



GEMIDDELD AANTAL WERKNEMERS IN FTE



Als organisatie streven wij ernaar om een werkplek te creëren waar iedereen zich welkom en ondersteund voelt. In 2023 is er onderzoek gedaan naar inclusief leiderschap onder het teammanagement bij Abovo Maxlead. Uit dit onderzoek is gebleken dat het teammanagement inclusiviteit als een belangrijk onderdeel ziet van hun rol als leidinggevende. Naar aanleiding van dit onderzoek heeft de HR-afdeling inclusief leiderschap opgenomen in het Teammanagement Programma, dat wordt uitgevoerd in 2024. Dit programma is erop gericht om de relatie tussen leidinggevend en hun collega's binnen de teams te versterken. Tijdens de Kick-Off van dit programma zal het teammanagement worden geïnformeerd over wat inclusief leiderschap inhoudt en waarom het belangrijk is om dit als leidinggevende toe te passen.

MAN-VROUW-VERHOUDING per 31 december 2023

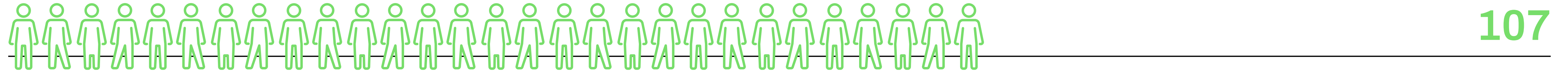
	Totaal Abovo Maxlead	Leadership Abovo Maxlead	MT Abovo Maxlead
2023	♂126 ♀108	♂20 ♀14	♂6 ♀1
2022	♂115 ♀112	♂21 ♀16	♂6 ♀1
2021	♂98 ♀109	♂23 ♀20	♂7 ♀0

LEEFTIJDSDIVERSITEIT

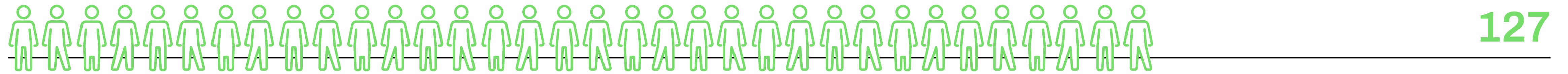
Jaar	Totaal Abovo Maxlead	Abovo Media	Maxlead
< 19	0%	0%	0%
20-29	30,77%	28,38%	34,88%
30-39	40,17%	39,86%	40,70%
40-49	18,80%	24,32%	9,30%
50-59	8,12%	6,76%	10,47%
60 >	2,14%	0,68%	4,65%

MEDEWERKERS IN GETALLEN per 31 december 2023

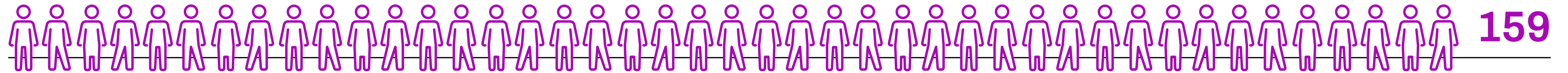
Parttime



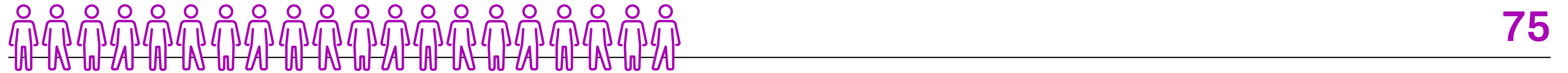
Fulltime



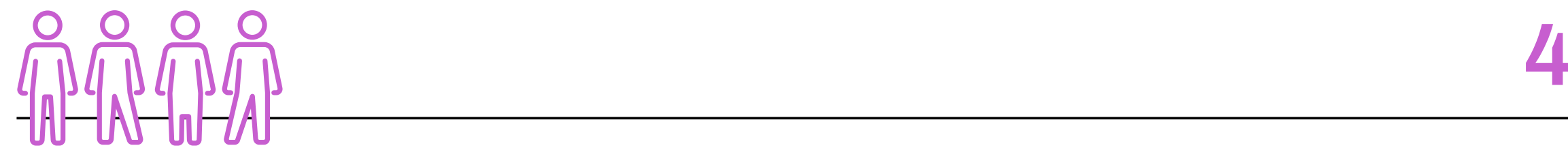
Vast



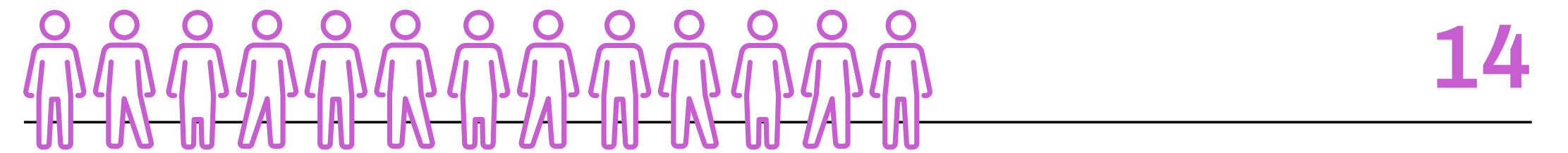
Tijdelijk



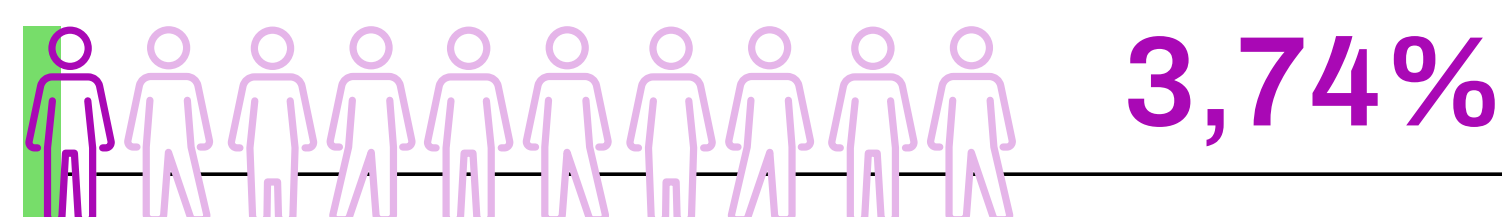
Stages MBO



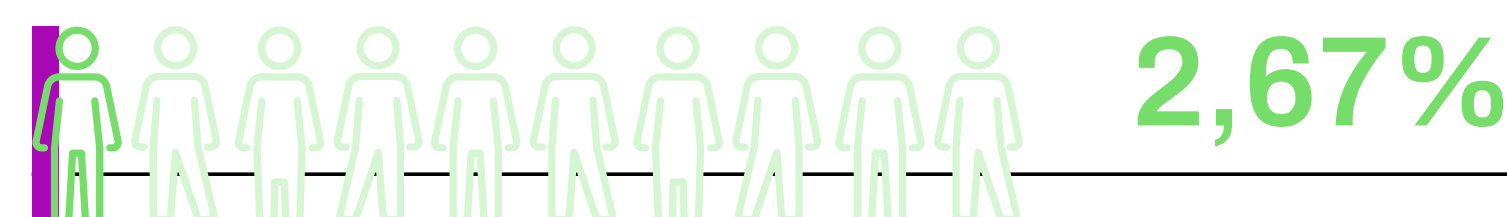
Stages HBO



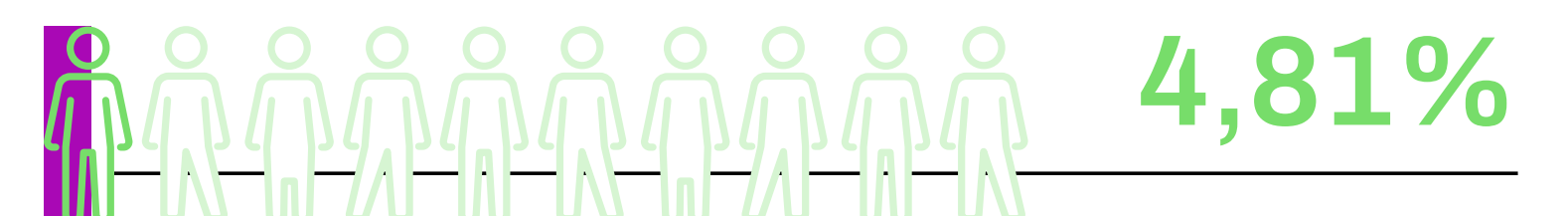
Verzuim totaal



Verzuim Abovo



Verzuim Maxlead



Betere toekomst voor onze klanten





Abovo Maxlead levert diensten. Aan klanten. Dat doen wij vanuit 2 locaties in Nederland, Hoorn en Oegstgeest. En via de deelname in het internationale netwerk Local Planet. In de verduurzaming van onze organisatie voeren we beleid op het reduceren van CO₂ en afval, werken we aan een vitale diverse, gelijke en inclusieve organisatie en staan we voor transparante samenwerking met klanten en leveranciers.

Het steeds beter willen doen en beter willen zijn, zit in ons DNA. We werken graag voor de uitdagers en we dagen graag onszelf uit. We bouwen en we meten en zo zien we de organisatie jaarlijks steeds een stukje duurzamer worden.

Onze klanten zijn steeds meer gefocust op hoe ze ervoor kunnen zorgen dat hun eigen doelstellingen, van het bestrijden van klimaatverandering tot het aanpakken van ongelijkheid, worden vertaald in tastbare verandering. We bouwen aan onze vaardigheden en capaciteit om hen te helpen op hun eigen duurzaamheidsreis.

De échte impact kunnen we maken door het werk dat we doen voor onze klanten. We bereiken miljoenen mensen met werk dat perceptie en gedrag kan veranderen.

Abovo Maxlead mag samenwerken met een enorme diversiteit aan klanten; van klein MKB tot beursgenoteerd, van overheid tot NGO, nationaal en internationaal. Wanneer ik met onze klanten spreek, staat duurzaamheid op ieders agenda. Of het de oriëntatiefase is of een B Corp-organisatie betreft, duurzaamheid is of wordt een essentieel onderdeel van ieders bedrijfsvoering. De vraag naar advies over het merk en ondersteuning bij communicatie groeit. Wij pakken onze rol door vanuit verschillende invalshoeken de samenwerking met onze klanten actief op te zoeken. De volgende voorbeelden demonstreren onze bredere impact en bijdrage aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de VN.



KLANTENDAG 2023



Op donderdag 29 juni 2023 vond de jaarlijkse Abovo Maxlead Klantendag plaats, dit keer in Fort Voordorp, nabij Utrecht. Een prachtige locatie maar minder goed bereikbaar met het OV. Daarom hebben we in samenwerking met onze klant BYD een pendeldienst opgezet om klanten en overige relaties met elektrische BYD-auto's te vervoeren vanaf Utrecht Centraal.

Doel van de jaarlijkse klantendag is om bestaande klanten te inspireren en potentiële klanten te ontmoeten. Het event is tevens een kapstok voor onze dienstenontwikkeling waardoor we kunnen cross sellen. Tijdens de organisatie van de bijzonder geslaagde dag (275 klanten, relaties en collega's aanwezig) is duurzaamheid meegewogen tijdens diverse beslissingsmomenten. Zo was de catering 95% vegetarisch (alleen een deel van de bitterballen bevatte nog vlees), werd er gebruik gemaakt van lokale producten en konden gasten bij binnenkomst

kiezen voor een alcoholisch welkom bubbeltje óf een lokale non-alcohol bubbelvariant, gemaakt van hophout thee. Bar-le-Duc waterflesjes van 100% gerecycled plastic werden uitgedeeld en weer ingenomen in aparte containers en de 275 goodiebags bestonden uit canvas en jute.

Maar met deze keuzes zijn we er nog niet. Uit de evaluatie kwam dat we de volgende stappen gaan zetten om onze evenementen nóg duurzamer te maken:

- De plastic Abovo Maxlead bekertjes bij de smoothiebar worden vervangen door glas.
- We zamelen de keycards in na afloop van het event om te hergebruiken maar we gaan nadenken over een oplossing om geen gebruik meer te hoeven maken van keycards.

- We gaan onderzoeken hoe we de bewegwijzing buiten de locatie herbruikbaar kunnen maken en we veranderen de vormgeving van het kaartje aan het waterflesje zodat we niet meer gebruik hoeven maken van een elastiekje.
- We gaan over naar een volledig vegetarische catering met volledig plantaardige zuivel.
- We gaan onderzoeken of we event-informatie kunnen delen in een app in plaats van in een programmaboekje dat eenmalig wordt gebruikt.
- Tot slot kijken we kritischer naar de inhoud van de goodiebag van onze partners.





CO₂-METING MEDIACAMPAGNES

In 2023 is Abovo Maxlead de samenwerking aangegaan met ClimatePartner. ClimatePartner helpt klanten hun CO₂-uitstoot te berekenen en te verminderen en klimaatprojecten te financieren.

Door deze samenwerking bieden wij onze klanten de mogelijkheid om de CO₂-uitstoot van de mediacampagne te berekenen. Hiermee komen we tegemoet aan de wens van onze klanten om beter inzicht te krijgen in hun CO₂-footprint. Tevens bieden we onze klanten de mogelijkheid om de CO₂-uitstoot te compenseren door te investeren in maatschappelijke en klimaatprojecten van ClimatePartner. Deze projecten

voldoen aan erkende standaarden zoals Gold Standard en Verified Carbon Standard. Deze projecten bevinden zich in verschillende regio's wereldwijd en maken gebruik van verschillende technologieën om CO₂ te verminderen en te vermijden. Gecertificeerde klimaatprojecten dragen ook bij aan de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties en bieden extra kansen voor de lokale gemeenschap.



MAATSCHAPPELIJK EVENT 2023



Op 2 juni 2023 werd het jaarlijks terugkerende maatschappelijk event van Abovo Maxlead georganiseerd, dit jaar in samenwerking met 2 van onze klanten, Basic-Fit en Stichting Leergeld.

Op een prachtige locatie in Hoofddorp, ter beschikking gesteld door Basic-Fit, heeft het team van Abovo Maxlead een sportmarathon gehouden onder leiding van Basic-Fit sportinstructeurs. Collega's lieten zich sponsoren en na urenlange bootcamp en spinning is het prachtige bedrag van €7.000 opgehaald voor Stichting Leergeld. Deze stichting zet zich in voor kinderen, die niet mee kunnen doen aan activiteiten

omdat er niet genoeg geld is en die voor hun leeftijdsgenootjes heel normaal zijn. Stichting Leergeld helpt met het financieren van een sportlidmaatschap, een laptop, fiets of een verjaardagscadeau. Hiermee kunnen kinderen niet alleen meekomen op school maar kunnen zij ook hun sociale vaardigheden ontwikkelen doordat ze kunnen sporten en kinderpartijtjes van vriendjes kunnen bijwonen.





Betere toekomst voor onze gemeenschappen





We kunnen de impact van liefdadigheidsinstellingen en niet-gouvernementele organisaties helpen vergroten door marketing- en creatieve diensten aan te bieden, vaak op pro bono-basis, waardoor ze het bewustzijn en de fondsen kunnen vergroten, leden kunnen werven en campagnedoelstellingen kunnen bereiken. Wij zijn van mening, en dat geldt ook voor veel van onze belanghebbenden, dat verantwoordelijk handelen zowel het juiste is om te doen als in ons langetermijnbelang.

Onze creativiteit en expertise inzetten en daarmee duurzame initiatieven, diensten en producten een stem geven is een belangrijk doel waarmee we onze gemeenschappen kunnen ondersteunen. Abovo Maxlead is de vaste partner van de Westfriese Beursvloer. Dit initiatief verenigt non-profit organisaties en maatschappelijk betrokken bedrijven uit West-Friesland. Op de beurs wordt actief gehandeld terwijl de beurzen gesloten blijven. Door deelname werken we jaarlijks op pro bono-basis samen met diverse lokale partijen en helpen wij hun boodschap over te brengen.

In 2023 is aandacht gaan zitten in het versterken van ons inclusieprogramma.

In 2023 hebben we de samenwerking met JINC voortgezet. JINC is een organisatie die jongeren op weg helpt naar werk.

Ieder kind heeft talent. Daarom strijdt JINC samen met bedrijven en scholen voor een samenleving waar je achtergrond niet je toekomst bepaalt. Naar een samenleving waar ieder kind kansen krijgt. Deze samenwerking heeft ook in 2023 weer tot waardevolle uitkomsten geleid.

Om een tegengeluid te bieden aan de berichtgeving dat er steeds minder wordt gelezen door de jongste generaties, hebben wij, via Stichting Kinderzwerfboek, deelgenomen aan een kinderboeken inzamelingsactie. Kinderzwerfboek wil zoveel mogelijk kinderen in aandachtswijken (en in heel Nederland) aan het lezen krijgen om hiermee het taalkundig inzicht van kinderen te vergroten, kinderen een beter toekomstperspectief te bieden en de kans op armoede te verkleinen. En zij doen dit door kinderboeken door heel Nederland te laten zwerven. Een prachtig initiatief waar wij ons graag aan wilden committeren.



WESTFRIESE BEURSVLOER: SAMENWERKING MET HUMANITAS EN VRIJWILLIGERS NH

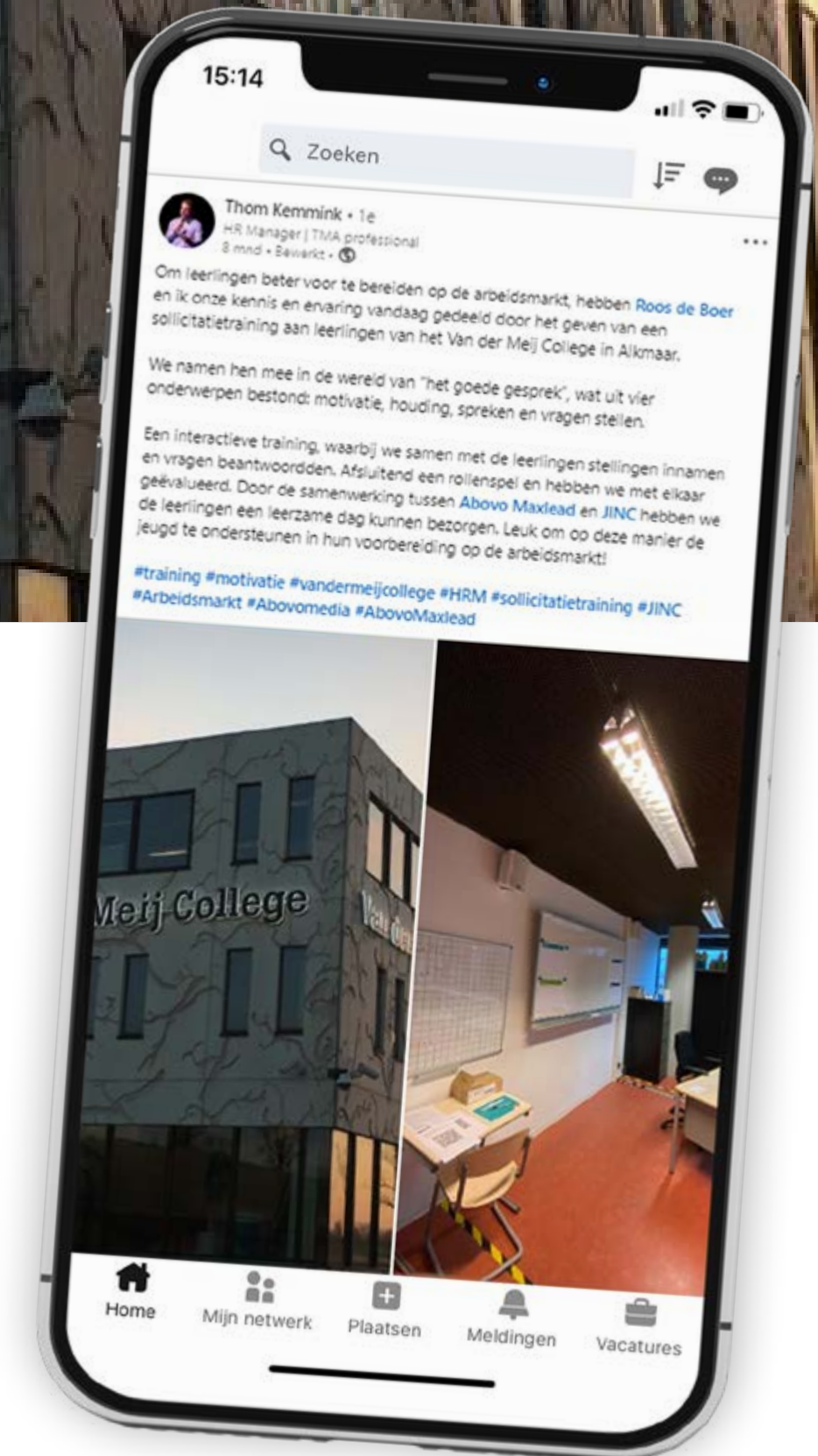


Abovo Maxlead is maatschappelijk betrokken en steunt al jarenlang non-profitorganisaties, door middel van deelname aan de Westfrieze Beursvloer. Hier handelen non-profitorganisaties en bedrijven uit West-Friesland met gesloten beurzen. Er wordt gehandeld in expertise, materialen, klussen en sociale activiteiten. Jaarlijks worden diverse matches gemaakt, waarmee Abovo Maxlead organisaties een stapje verder helpt in hun marketingcommunicatie uitdagingen.

Ook in 2023 was Abovo Maxlead weer van de partij en op 19 oktober zijn we in gesprek gegaan met diverse stichtingen. Hieruit is de samenwerking vastgelegd met Humanitas en Vrijwilligers NH. Voor deze 2 organisaties heeft Abovo Maxlead voor iedere organisatie, met gesloten beurs, de vormgeving opgepakt van een poster waarmee de organisaties hun marketing communicatie strategie beter konden invullen.



JINC SAMENWERKING SOLLICITATIETRaining, VAN DER MEIJ COLLEGE ALKMAAR EN ABOVO MAXLEAD



Om leerlingen goed voor te bereiden op de arbeidsmarkt, hebben HR-collega's Roos de Boer en Thom Kemmink hun kennis en ervaring gedeeld door het geven van een sollicitatietraining aan leerlingen van het Van der Meij College in Alkmaar.

Op 23 februari 2023 namen zij hen mee in de wereld van “het goede gesprek”, dat uit vier onderwerpen bestond: motivatie, houding, spreken en vragen stellen.

Door het geven van een interactieve training, waarbij Roos en Thom samen met de leerlingen stellingen innamen en vragen beantwoordden, kregen de leerlingen tips en trics om in de toekomst goed voorbereid te zijn op een sollicitatiegesprek. De training werd afgesloten met een rollenspel en een groepsevaluatie waar positieve feedback en tips werden gedeeld.

Deze sollicitatietraining komt voort uit de samenwerking tussen Abovo Maxlead en JINC. Met het geven van de training draagt Abovo Maxlead bij aan het terugdringen van ongelijkheid. Met de opgedane kennis zijn de leerlingen beter voorbereid op het betreden van de arbeidsmarkt.





INZAMELEN KINDERBOEKEN T.B.V. STICHTING KINDERZWERFBOEK



Kinderen die lezen, blijven gemiddeld 3 jaar langer op school. Deze kinderen hebben een betere taalontwikkeling en een grotere kans op een goede toekomst. Abovo Maxlead vindt dat alle kinderen moeten kunnen lezen en daarom hebben we in maart 2023 onze collega's opgeroepen in hun boekenkast te duiken om kinderboeken te doneren aan Stichting Kinderzwerfboek.

Stichting Kinderzwerfboek plaatst in 1 van hun 4.500 Kinderzwerfboek Station in Nederland de boeken, waarna ze gaan zwerven van kind naar kind. Door een sticker met unieke code kun je op de website van Stichting Kinderzwerfboek zien waar de boeken naartoe zwerven.

De collega's van Abovo Maxlead hebben 237 boeken ingezameld. Een prachtig aantal waarmee we hopen kinderen te inspireren om veel te gaan lezen. Daarnaast heeft Abovo Maxlead €500 gedoneerd aan Stichting Zwerfboek zodat nóg meer boeken kunnen worden aangeschaft om nóg meer kinderen te laten lezen.



BAAS VAN MORGEN



Op 1 juni 2023 deden CEO Willem-Albert Bol en COO Maurice Kaan voor een dag afstand van hun functie want Inez en Layla, 2 leerlingen van de KBS De Singel uit Leiden, waren die dag de baas van Abovo Maxlead. Als ambassadeur van JINC ondersteunt Abovo Maxlead diverse projecten, waaronder Baas van Morgen.

Kinderen die opgroeien in gebieden met sociaaleconomische achterstand, kunnen proeven aan beroepsmatig succes. Tijdens JINC Baas van Morgen werden Inez en Layla thuis met een bedrijfsauto opgehaald, om in de Stadsgehoorzaal in Leiden, samen met andere Bazens van Morgen, te ontbijten. Na aankomst bij Maxlead gaf Willem-Albert Bol de dames een rondleiding door het pand. En vanaf dat moment zaten zij voor 1 dag op de stoel van de CEO en COO. Ze schoven aan bij vergaderingen, en gingen aan de slag met het vraagstuk: Hoe ziet de gezonde en vitale werkplek van de toekomst eruit, als zij later zelf baas zullen zijn?

De dag werd afgesloten met een presentatie van Inez en Layla aan het team. Én zij ontvingen van Willem-Albert en Maurice een 'beloftekaartje' met hun telefoonnummers en de belofte dat zij bereikbaar blijven voor steun of advies.

JINC en Abovo Maxlead geloven dat er geen betere manier is om kinderen te inspireren het beste uit zichzelf te halen dan door ze een dag de touwtjes in handen te geven. Die ervaring heeft impact op verschillende vlakken. In de eerste plaats geeft het leerlingen een flinke injectie van zelfvertrouwen, een stoot energie en een bredere horizon. Ze ondervinden, (vaak) voor het eerst, dat het bedrijfsleven voor hen toegankelijk is. Daarnaast ontdekken ze hoeveel beroepen er bij 'hun' bedrijf bestaan en wat ze leuk vinden.





SAMENWERKING MET HOGESCHOLEN



Kennis is cruciaal in het vak van dienstverlening en het werkveld waarin Abovo Maxlead zich begeeft. En ook een constante stroom van nieuwe jonge collega's is belangrijk voor de bedrijfsvoering van Abovo Maxlead. De aanwas van nieuwe collega's start in de schoolbanken.

Abovo Maxlead heeft een intensieve samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen en de Hogeschool Leiden. Jaarlijks leidt Abovo Maxlead de kersverse lichting studenten op met relevante topics uit het bedrijfsleven en staan diverse collega's regelmatig voor de klas.

Samenwerking met Hogeschool Leiden

De samenwerking tussen Abovo Maxlead en de Hogeschool Leiden gaat al jaren terug. En aan die samenwerking wordt nog steeds vol enthousiasme invulling gegeven. Zo gaf Nick Hansen Wagenveld op 6 september een gastcollege op de Hogeschool Leiden over Media Analyse en op 7 november bij de Radboud Universiteit over Innovaties in Media.

Collega Daan Vrijzen gaf op 11 december een gastcollege over het belang van goede media-inkoop op Hogeschool Leiden. En

collega Jesper Cuvelier praat jaarlijks de studenten bij over diverse media- en marketing onderwerpen. Ook heeft hij zitting in de vakjury die marcom plannen van de studenten beoordeelt. Collega Petra de Waal zit samen met collega Nick in de beroepenveldcommissie van de opleiding Communicatie en Commerciële Economie.

Maxlead is een gewilde opleidingsplek waar veel stagiairs onderzoek doen, hun scriptie schrijven en doorgroeien naar een vaste functie. Op dit moment kent Maxlead ruim 20 collega's die hun opleiding hebben genoten aan de Hogeschool Leiden.





BEGELEIDING INTERNATIONALE COMMUNICATIEWETENSCHAP STUDENTEN UVA

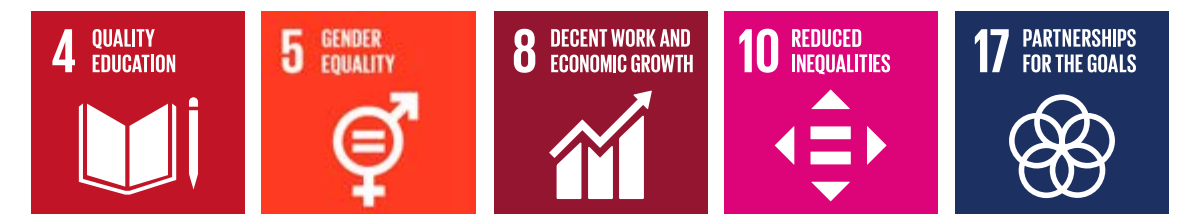


Door een vruchtbare samenwerking tussen Abovo Media en de Masteropleiding Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam (UvA), krijgen internationale studenten jaarlijks de kans om zich te verdiepen in de wereld van mediastrategie. Abovo Media is al jaren een van de leidende partners in het begeleiden van studenten voor het vak Media Strategies, waarbij dit vak een brug slaat tussen academische kennis en praktische toepassingen.

In 2023 werden negen internationale studenten begeleid bij het uitvoeren van praktijkopdrachten. Deze opdrachten, gebaseerd op echte klantcases van het bureau, geven de studenten inzicht in de dagelijkse activiteiten van mediastrategiebureaus. Na de briefingssessie, waarin de strategen van Abovo Media de kaders schetsen waarbinnen de studenten moeten werken, wordt van de studenten verwacht dat ze van inzichten tot advies een volledige mediastrategie ontwikkelen.

Na het briefingmoment fungeren de bureaus als klankbord voor de studenten gedurende het zes weken durende project. De uiteindelijke voorstellen van de studenten worden door een jury (de strategen van de begeleidende Mediastrategie bureaus) beoordeeld, waarna het traject feestelijk wordt afgesloten met een afsluitende borrel waar flink wordt genetwerkt.

De samenwerking tussen Abovo Media en de Masteropleiding Communicatiewetenschap aan de UvA blijft een succesvolle brug tussen academische theorie en praktische toepassingen, waardoor studenten waardevolle ervaring opdoen en zich klaarstomen voor een dynamische carrière in de mediawereld.



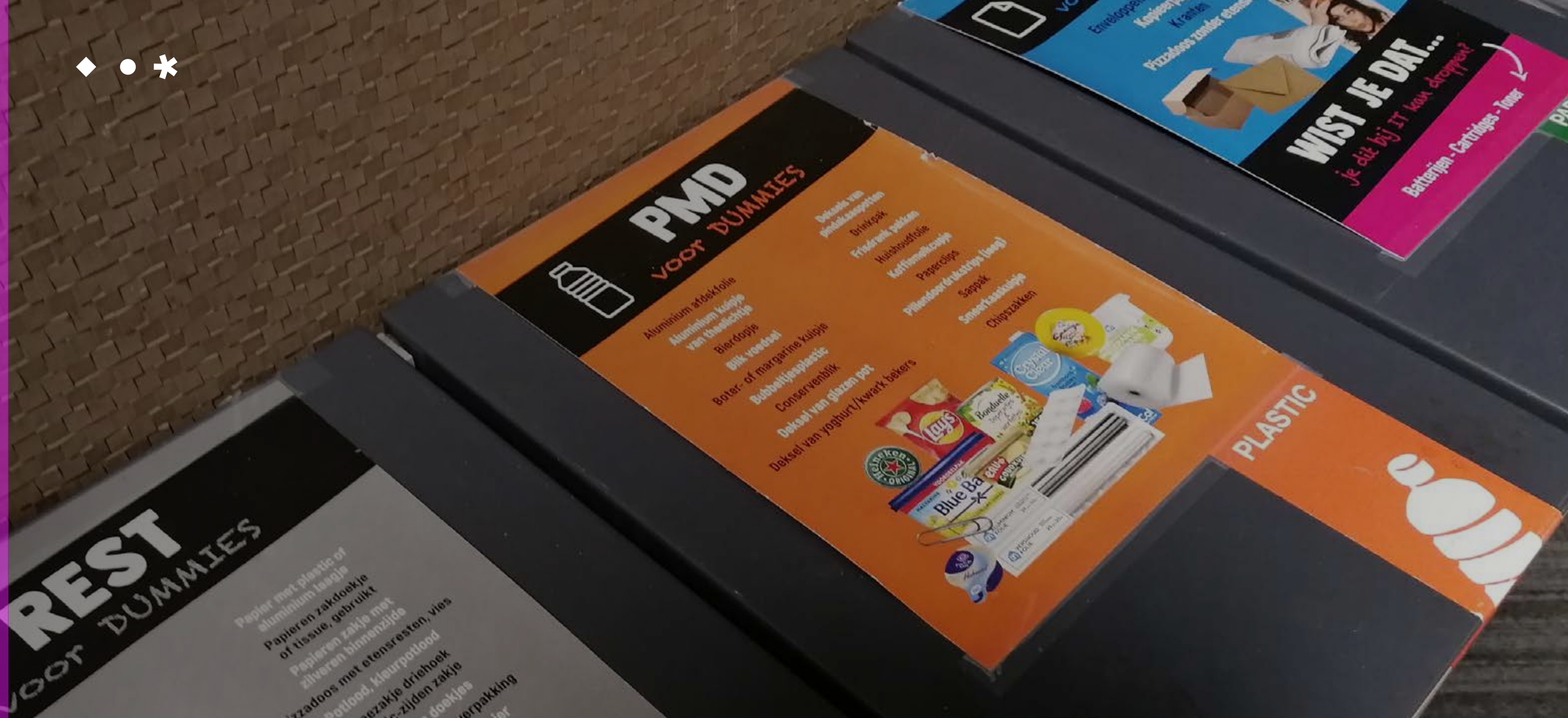
Betere toekomst voor de planeet



GFT
groenten
fruit
tuin- en plantenafval
Draag 100% bij aan een wereld zonder afval.
terran

Papier
papier
Draag 100% bij aan een wereld zonder afval.
terran

Rest



We meten sinds 2019 onze CO₂-uitstoot scope 1 en 2. We brengen de gegevens in kaart en zetten de uitstoot af tegen de reductiedoelstelling die we hebben vastgelegd. Conform de richtlijnen van het Parijs Klimaatakkoord werken we toe naar een reductie van 55% in 2030, vanaf het basisjaar 2019. In 2024 trekken we op met ClimatePartner om samen scope 3 in kaart te brengen en hierop reductiedoelstellingen vast te leggen.

In 2023 zijn in Hoorn alle prullenbakjes verwijderd en grote afvalunits geplaatst om het afval beter te scheiden. In Oegstgeest heeft de gemeente Leiden gekozen voor nascheiding. Daar kunnen alleen de afvalstromen glas, papier en chemisch afval worden gescheiden. De afvaldata wordt gemonitord en afgezet tegen de reductiedoelstelling die we hebben vastgelegd.

Om de hoeveelheid afval flink te reduceren, hebben de blikjes frisdrank vervangen voor de limonadebar van KRNWTR. Hiermee daalt ook de suikerhoeveelheid die wordt gedronken, wat helpt bij onze vitaliteit doelstelling.

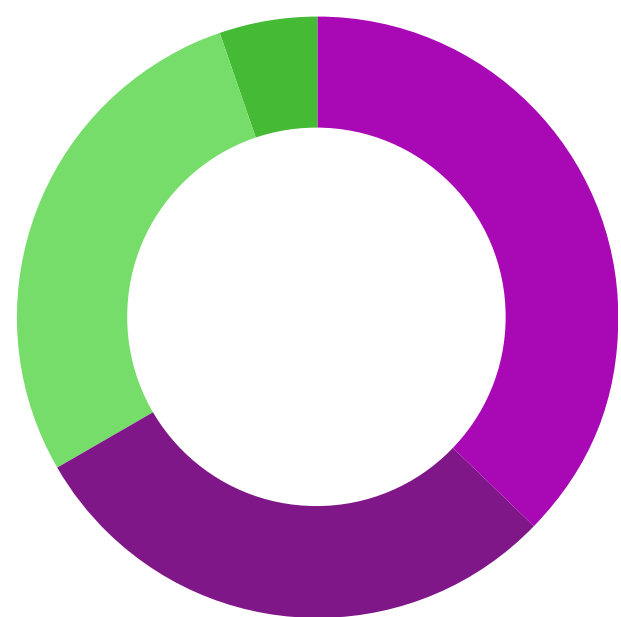


AFVALSCHEIDING 2022 EN 2023

Scheidingspercentage

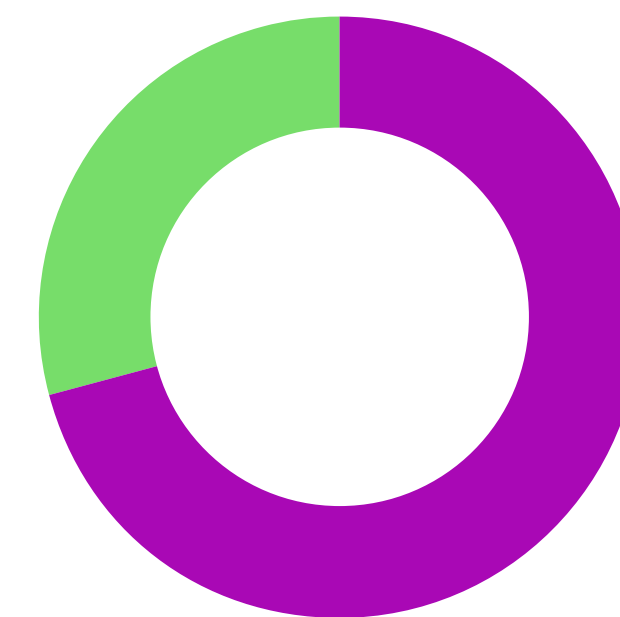
Het scheidingspercentage is het percentage van het totaal opgehaalde afval in volume dat gescheiden wordt ingezameld. Bij **Niet gescheiden** zijn de afvalstromen bouw- en sloopafval en bedrijfsafval weergegeven die we nog gescheiden kunnen laten inzamelen. Voor bouw- en sloopafval geldt dat de afvalverwerker nog een nascheiding uitvoert waardoor een deel van ons afval alsnog wordt gerecycled.

2022



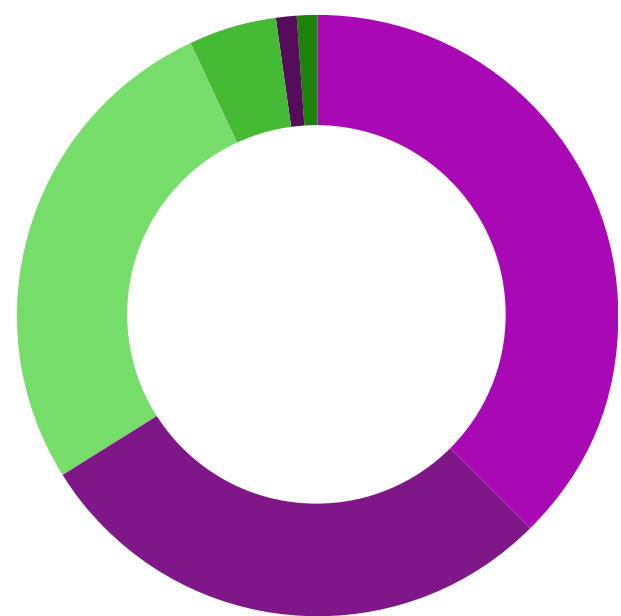
Bont (papier/karton)	51,66m ³	37%
Bedrijfsafval (rest)	40,81m ³	29%
PMD	38,5m ³	28%
Swill (keuken) afval	7,28m ³	5%
Flessenglas bontgekleurd	0,48m ³	0%
Archiefpapier los	0,24m ³	0%

Totaal 138,97m³ t.o.v. 204,68 FTE = 0,6789m³



Gescheiden	71%
Niet gescheiden	29%

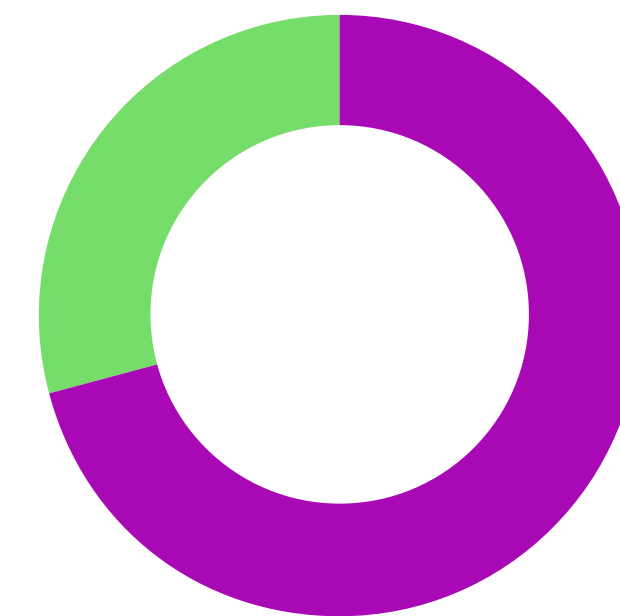
2023



Bont (papier/karton)	53,58m ³	38%
Bedrijfsafval (rest)	41,58m ³	29%
PMD	37,73m ³	27%
Swill (keuken) afval	7,28m ³	5%
Flessenglas bontgekleurd	1,2m ³	1%
Archiefpapier los	0,72m ³	1%

Totaal 143,09m³ t.o.v. 211,53 FTE = 0,6764m³

Daling 1% t.o.v. 2022



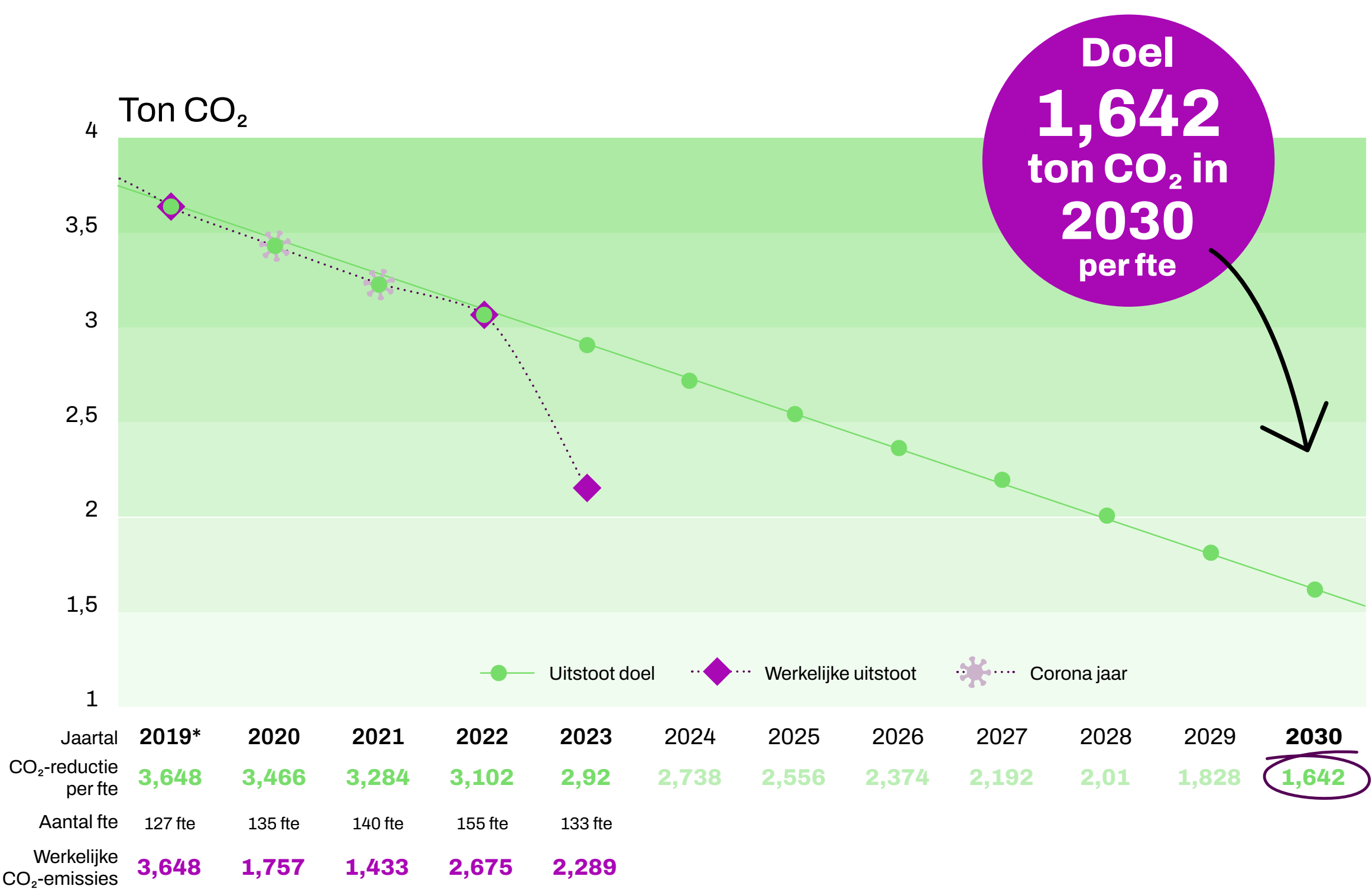
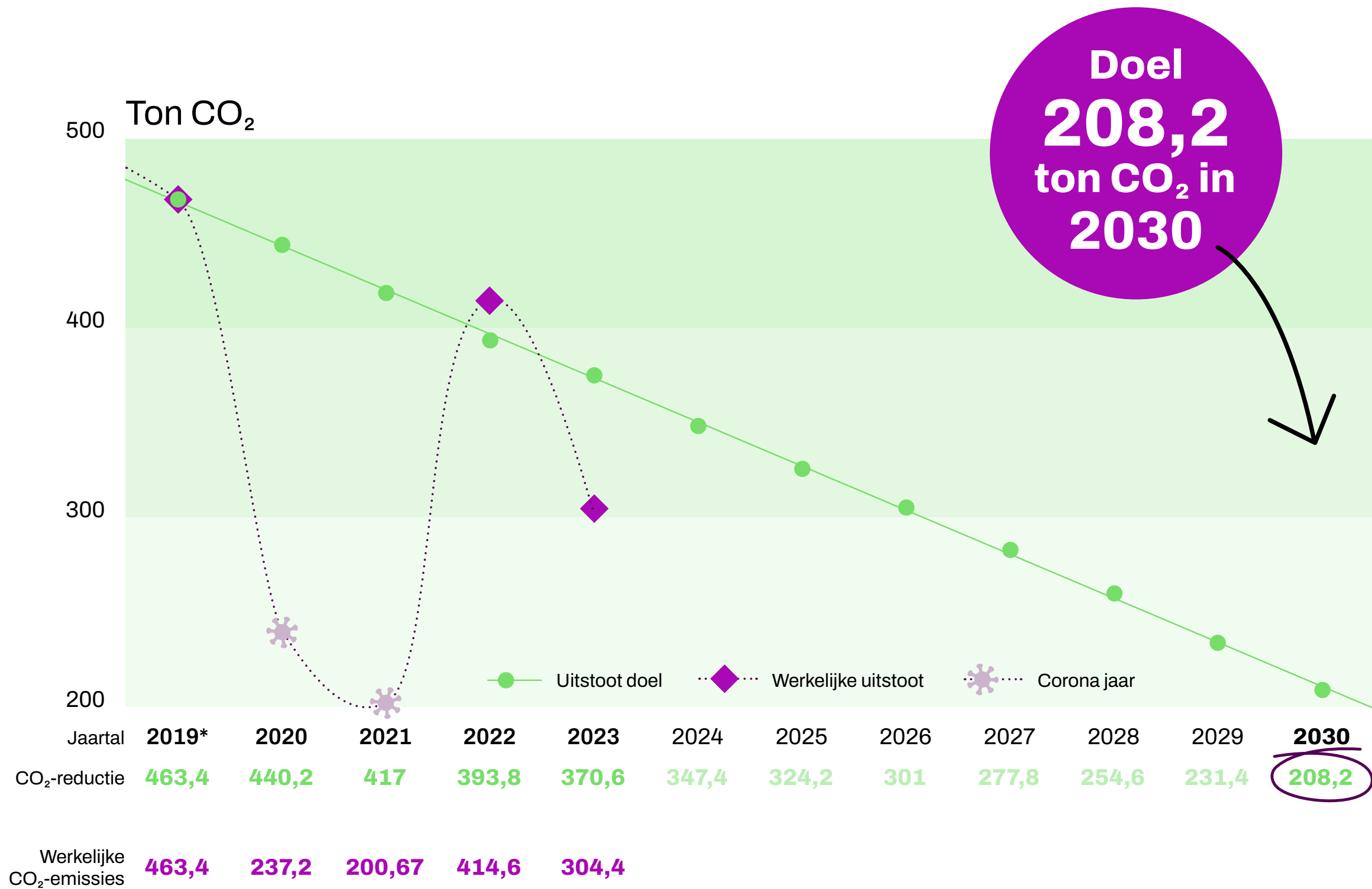
Gescheiden	71%
Niet gescheiden	29%



DE DATA

CO₂-uitstoot totaal scope 1, 2 en deels 3 Abovo Media

CO₂-uitstoot scope 1, 2 en deels 3 per fte Abovo Media



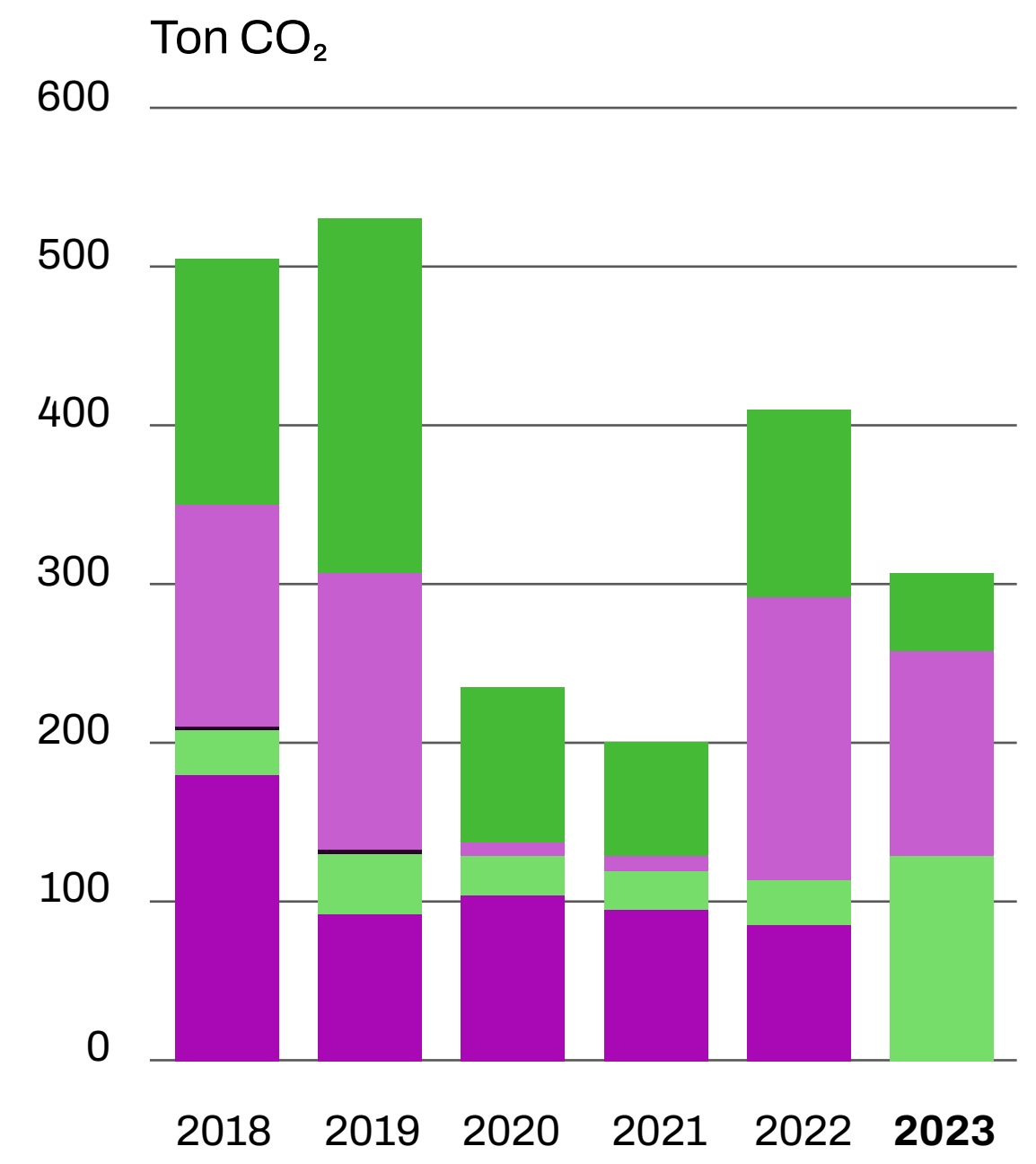
* In 2019 is Abovo Media eenmalig met het team naar Lissabon geweest. Voor de 0-meting in de CO₂-reductieberekening is deze data niet meegenomen. Inclusief deze vliegreis was de CO₂-uitstoot in 2019 542 ton CO₂. Zonder deze vliegbeweging is de CO₂-uitstoot in 2019 463,4 ton CO₂. Hiermee wordt gerekend.



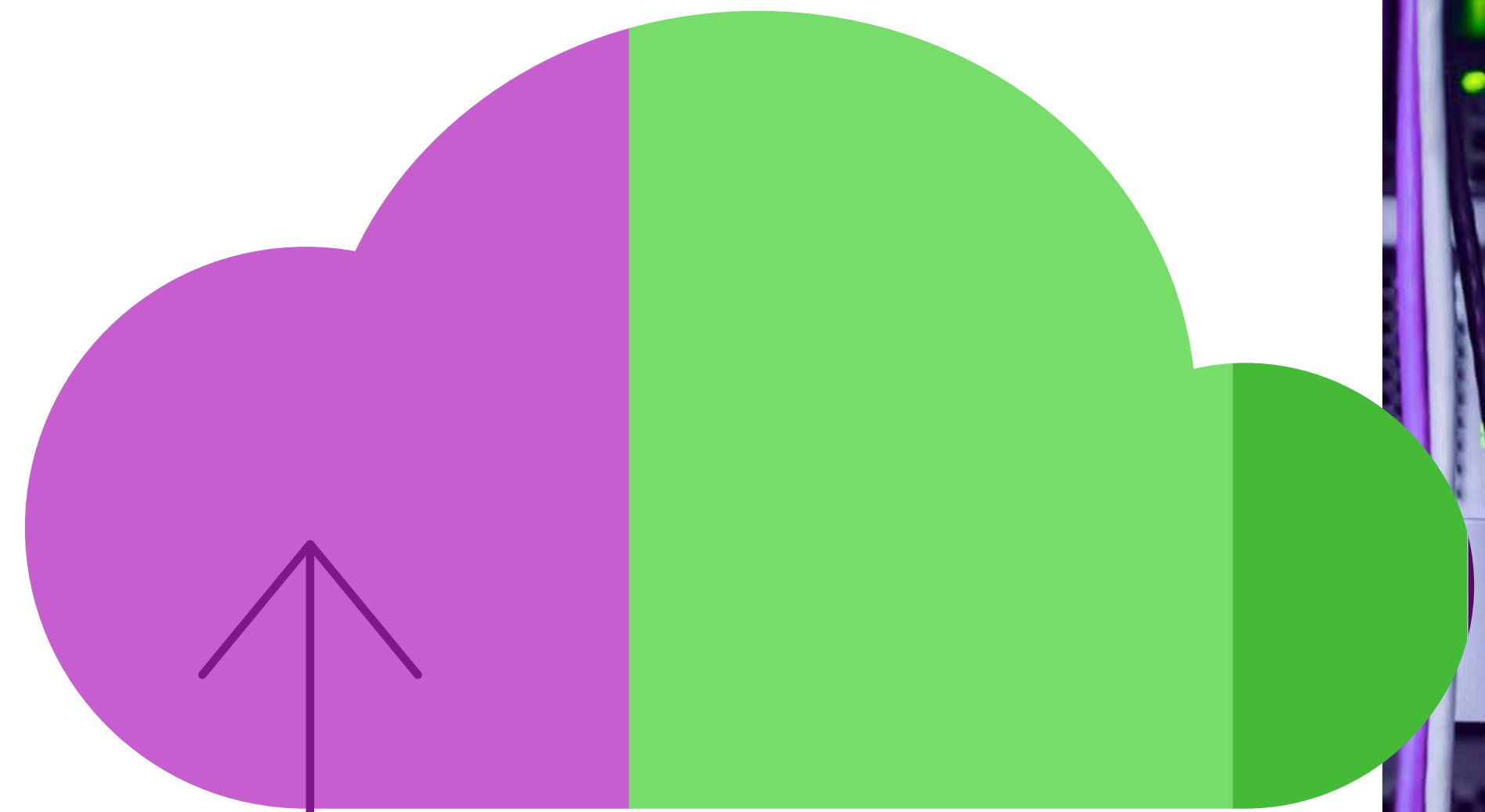


DE DATA

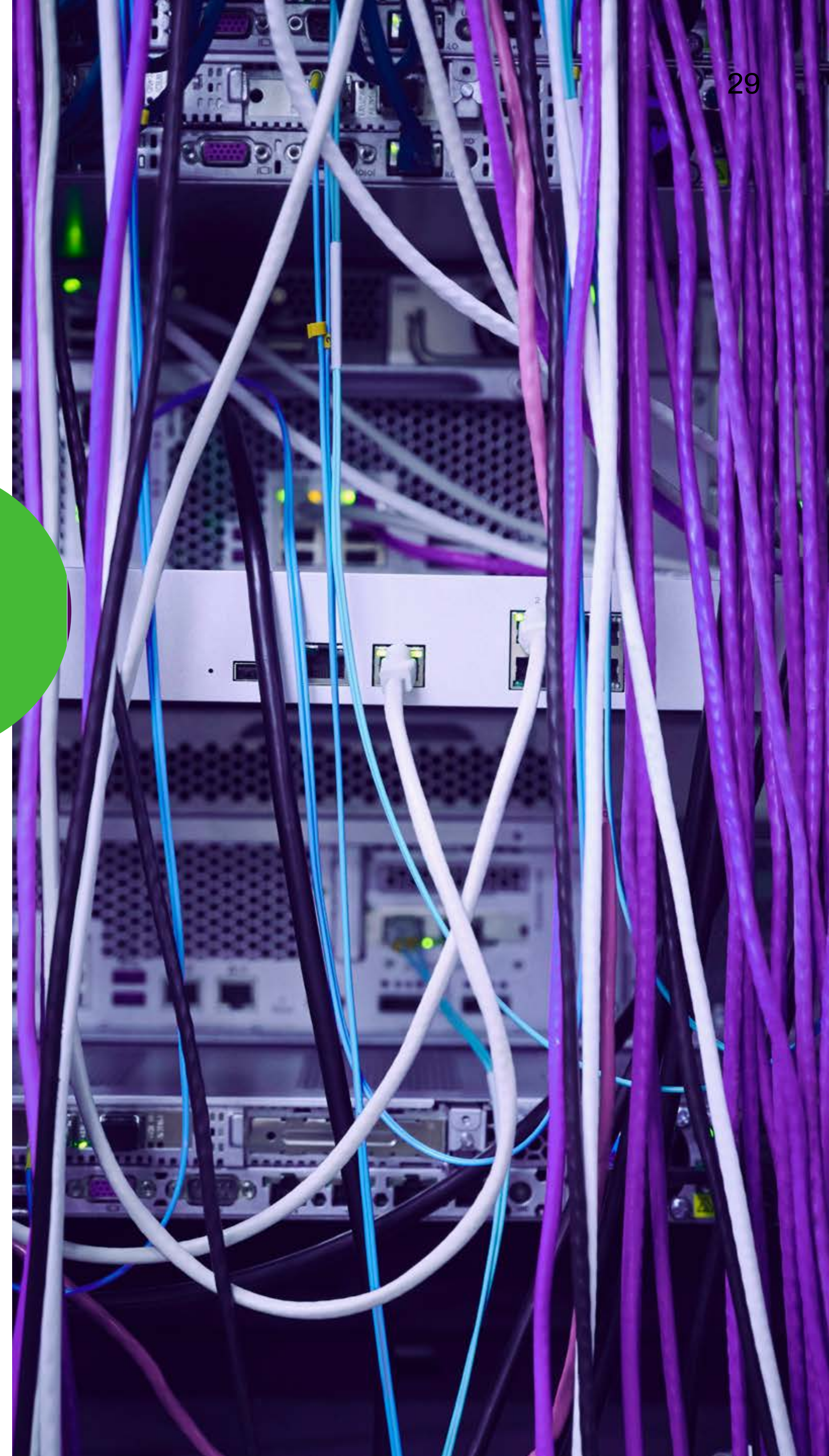
CO₂ gebruik 2023 Abovo



- Brandstof & warmte
- Woon-werkverkeer
- Water & afvalwater
- Zakelijk verkeer
- Elektriciteit



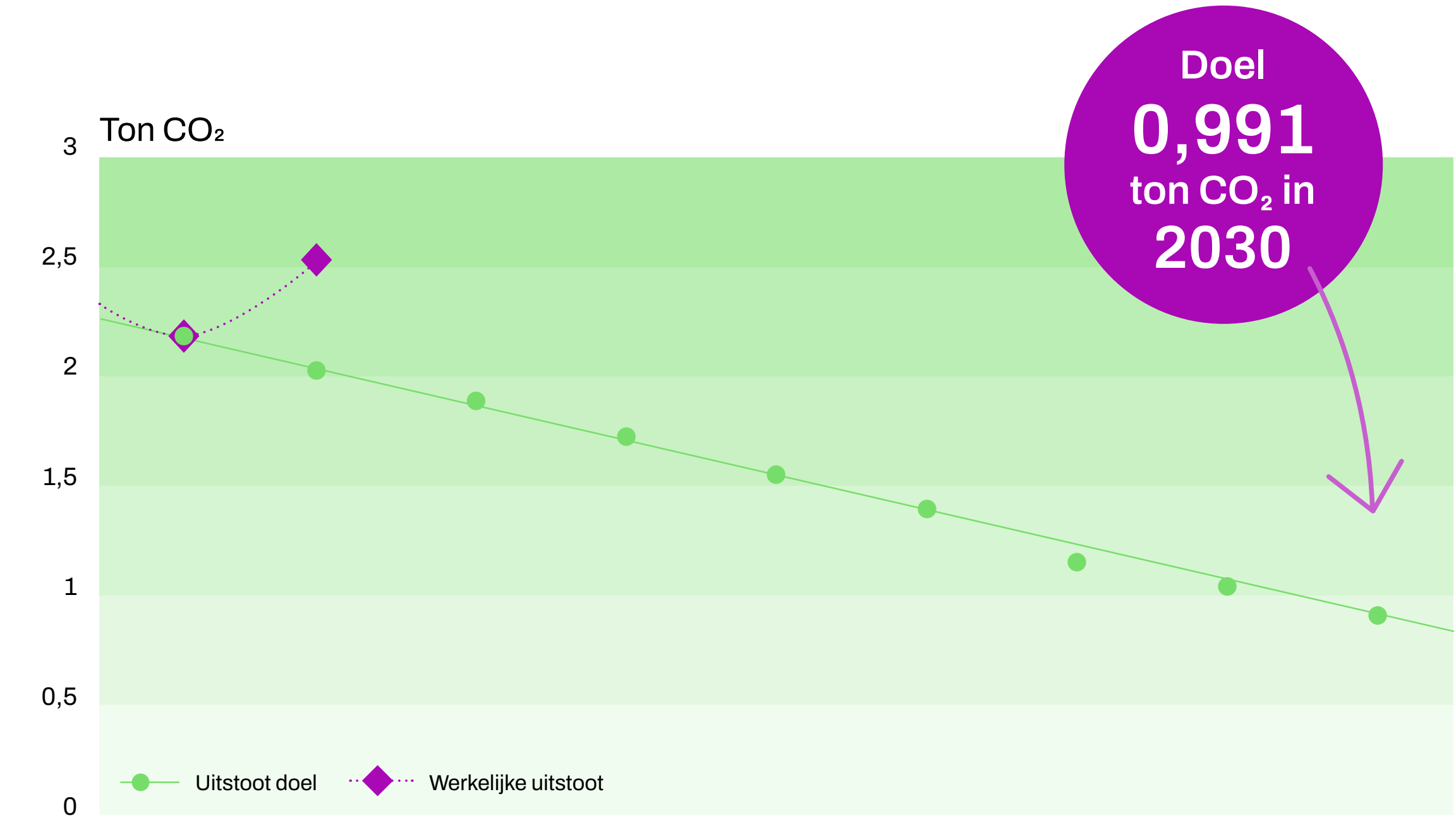
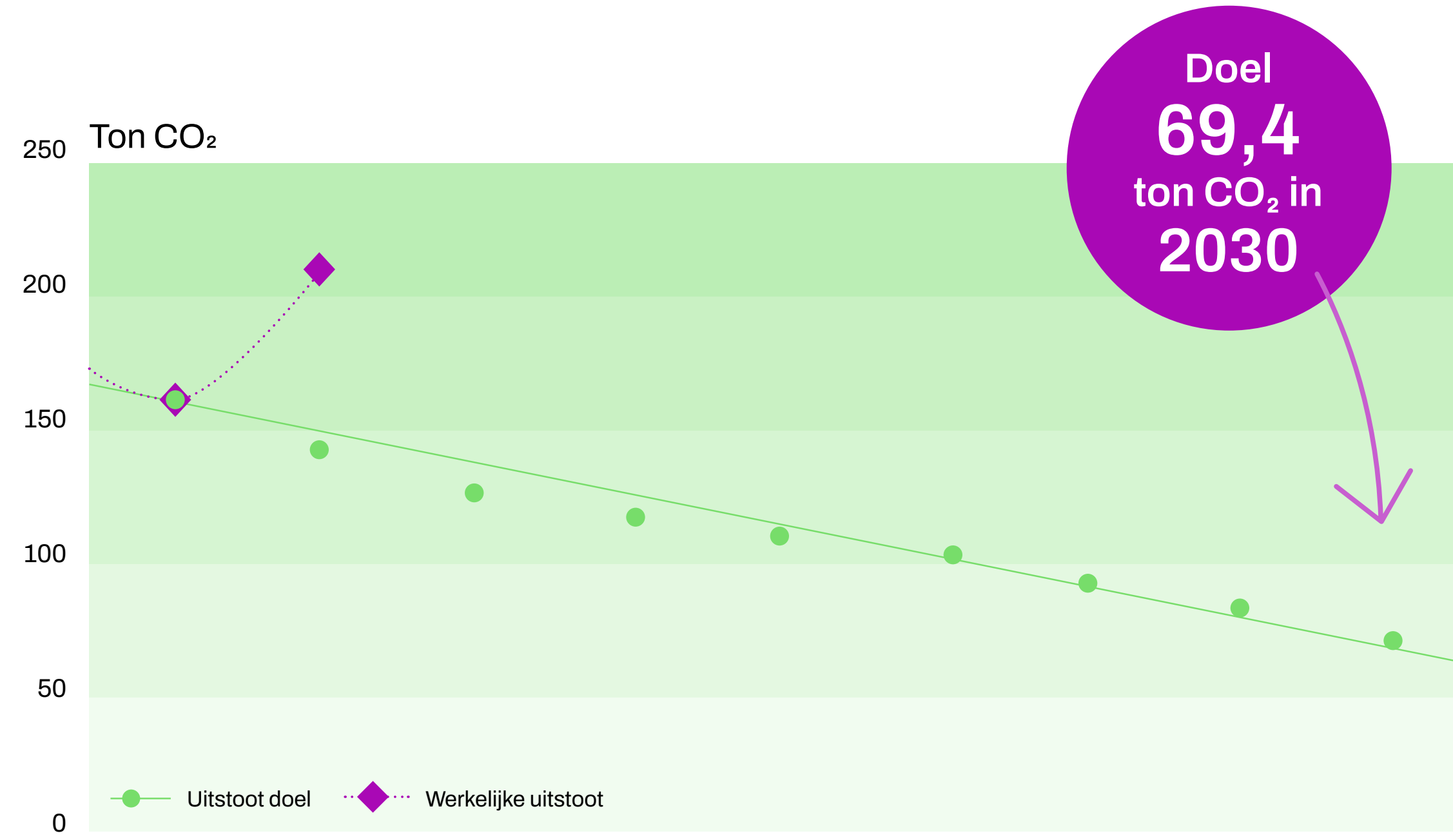
- Woon-werkverkeer **42%**
- Zakelijk verkeer **42%**
- Brandstof & warmte **16%**
- Water & afvalwater **0,15%**
- Elektriciteit **100% groen**



DE DATA

CO₂-uitstoot totaal scope 1, 2 en deels 3 Maxlead

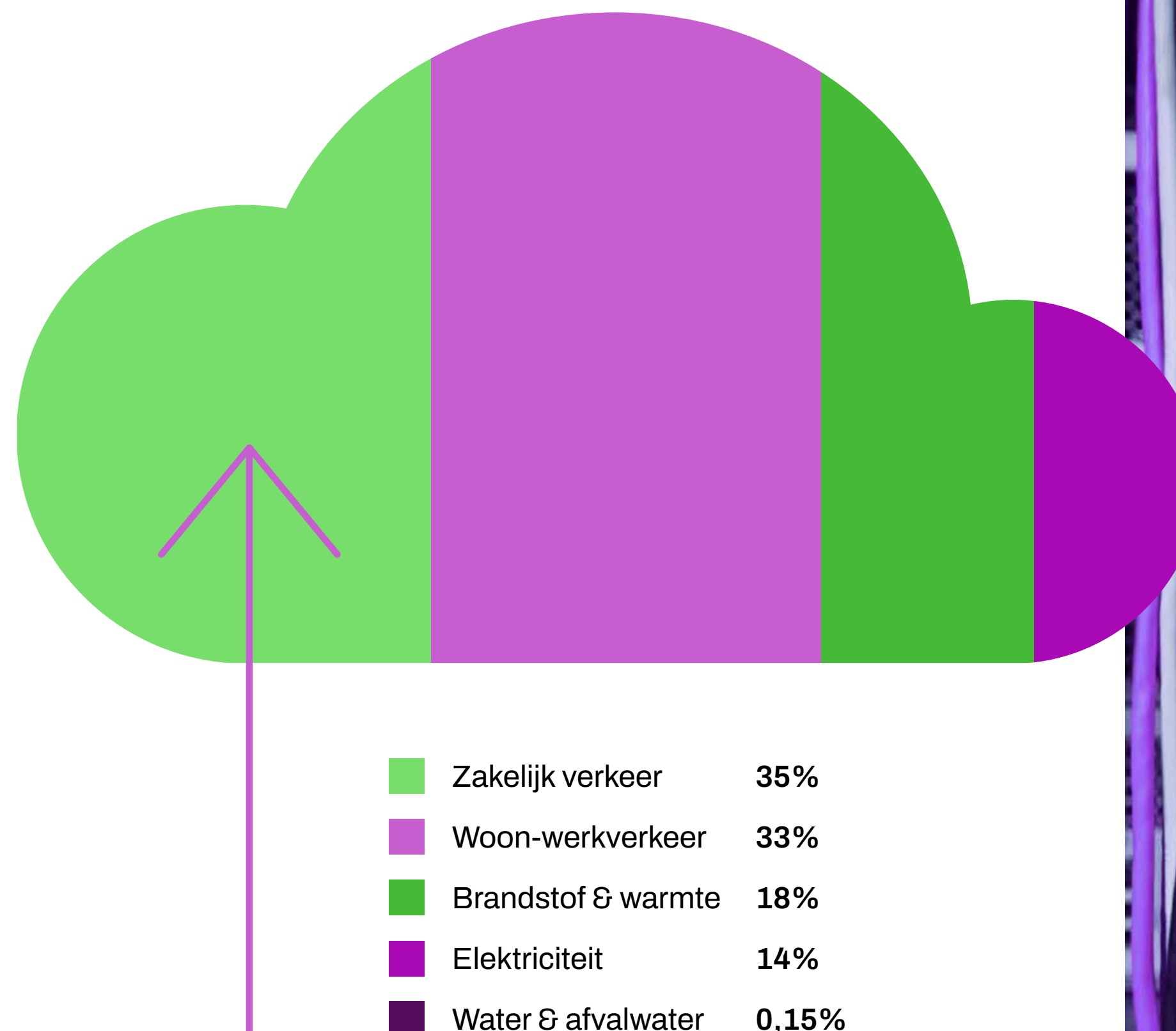
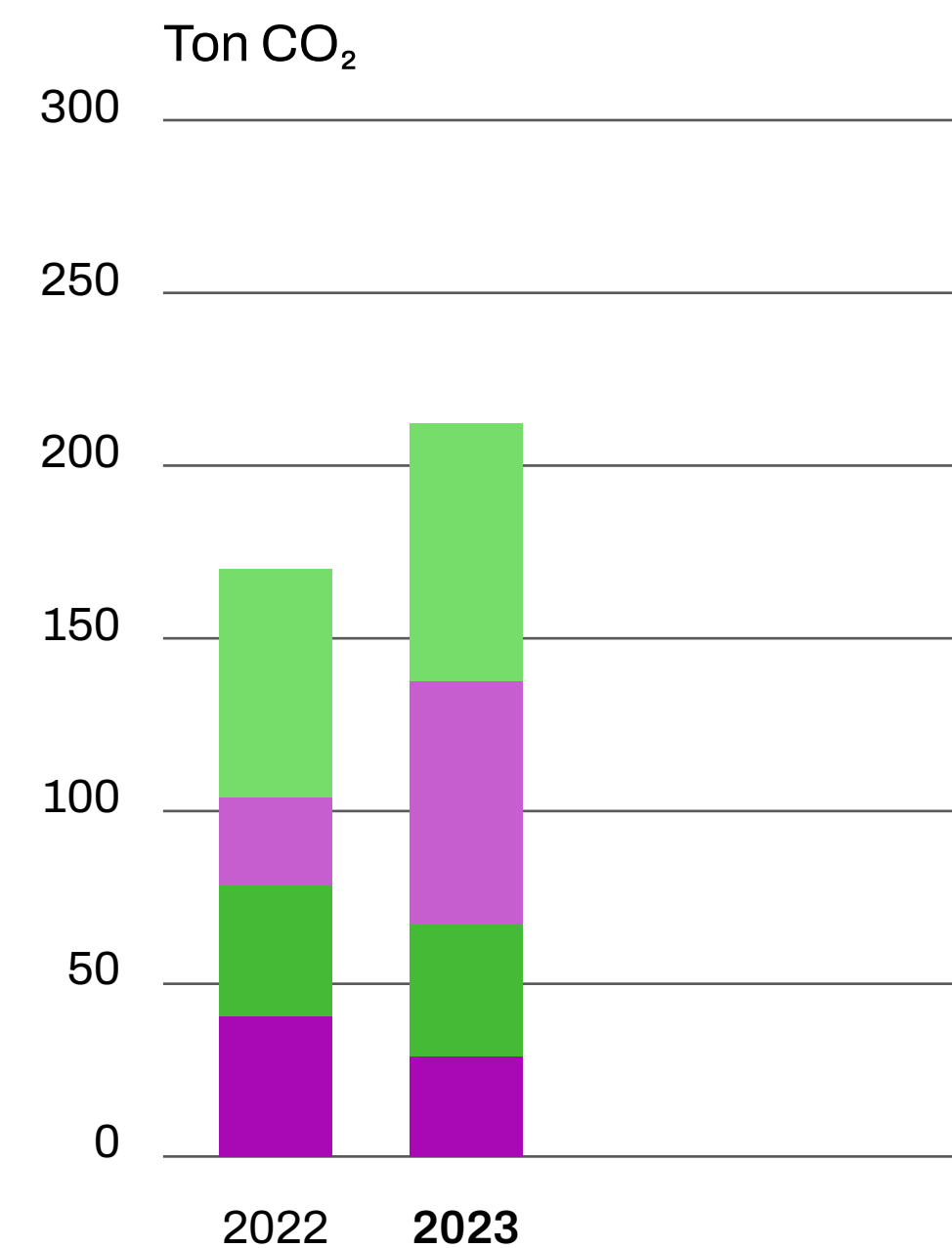
CO₂-uitstoot scope 1 en 2 per fte Maxlead



Jaartal	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
CO ₂ -reductie	154,2	143,6	133	122,4	111,8	101,2	90,6	80	69,4
Werkelijke CO ₂ -emissies	154,2	216,9							

Jaartal	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
CO ₂ -reductie per fte	2,203	2,052	1,9	1,749	1,597	1,446	1,294	1,143	0,991
Aantal fte	70 fte	86 fte							
Werkelijke CO ₂ -emissies	2,203	2,522							

CO₂ gebruik 2023 Maxlead





Als onderdeel van de strategie om actief bij te dragen aan het verlagen van de afvalstroom is Abovo Maxlead in 2023 overgestapt op KRNWTR+. Hiermee komt de aankoop, transport, gebruik en verwijderen van jaarlijks duizenden blikjes frisdrank te vervallen.

KRNWTR+ is een social enterprise die, met hun sirophenouder met 100% natuurlijke siropen, een duurzaam alternatief biedt voor frisdrank op kantoor. 1 liter fles siroop staat gelijk aan een krat frisdrank van 24 flesjes. Het glazen fles wordt door Abovo Maxlead gerecycled.

Frisdrank bestaat voor 80-90% uit water en met de overstap naar deze siropen levert Abovo Maxlead een positieve impact door de reductie van het gebruik van de flessenruimte in de koeling, transport, drankverpakkingen (plastic en aluminium blikjes) en kosten.





VIA NEDERLAND TASKFORCE KLIMAAT



Sinds 2023 is Abovo Maxlead lid van de in dat jaar opgerichte taskforce Klimaat van VIA Nederland. VIA Nederland is een brancheplatform dat met ruim 250 leden de hele marketingketen verbindt. In het netwerk is er plaats voor data, media, creatie en technologie. Leden zijn adverteerders, media-, reclame-, communicatiebureaus, ad-techplatformen, exploitanten en uitgevers.

Doel van de taskforce Klimaat is de marketingsector te helpen bij het aanpakken van de klimaatcrisis. VIA-leden bevinden zich in verschillende fases van initiatieven op het gebied van bijvoorbeeld CO2-reductie. De taskforce wil elke speler helpen met de benodigde informatie en acties om samen te bouwen aan een klimaatneutrale toekomst van de branche. Daarnaast verzorgt de taskforce een overzicht van wettelijke verplichtingen gericht op duurzaamheid.

Aanleiding van de oprichting van de taskforce is de impact van de sector op het klimaat. Het aanpakken van consumptiegoederen, het elektriciteitsverbruik van datacentra; de impact op het klimaat is enorm. Dat vraagt om actie. Het moet anders en het kan ook anders. Door zitting te nemen in de taskforce helpt Abovo Maxlead om de impact te verkleinen en te zorgen voor een gezonde marcom-sector. Als belangrijke schakel tussen merken en doelgroep is de sector in staat de massa in beweging te krijgen om duurzame keuzes te maken.





ISO 14001

Abovo Maxlead is sinds 2017 gecertificeerd voor de ISO 14001. ISO 14001 is de internationaal geaccepteerde standaard met eisen voor een milieumanagementsysteem dat werd ontwikkeld door de Internationale Organisatie voor Standaardisatie. Het milieumanagementsysteem wordt gebruikt om een bij de organisatie passend milieubeleid te ontwikkelen en de uitvoering ervan te borgen. In 2023 heeft Abovo Media opnieuw het certificaat uitgereikt gekregen voor een periode van 3 jaar.



B CORP CERTIFICAAT

De ambities van Abovo Maxlead op het gebied van Duurzaamheid, Milieu, Maatschappij en MVO zijn aanzienlijk groter dan compliancy. Daarom stond 2023 in het teken van de organisatie voorbereiden op het aanvragen van het B Corp certificaat. Op deze manier kan Abovo Maxlead doelgericht invulling geven aan de behoefte om op diverse terreinen impact te maken.

Op 15 september 2023 is de aanvraag ingediend bij B Lab met een puntentotaal van 93,3. Naar verwachting zal in Q1 2024 de verificatiefase starten waarna wij verwachten in Q2 het certificaat te behalen.

Certified



Corporation





ONZE VISIE EN STRATEGIE

Wij maken marketing en media bereikbaar voor alle ondernemers en organisaties. Wij geloven dat deze krachtige middelen kunnen bijdragen aan de duurzaamheidstransitie. Ons doel is om een duurzame organisatie op te bouwen die onze klanten ondersteunt met het leveren van marketing- en media-oplossingen om gezond ondernemerschap te realiseren en te vergroten.

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

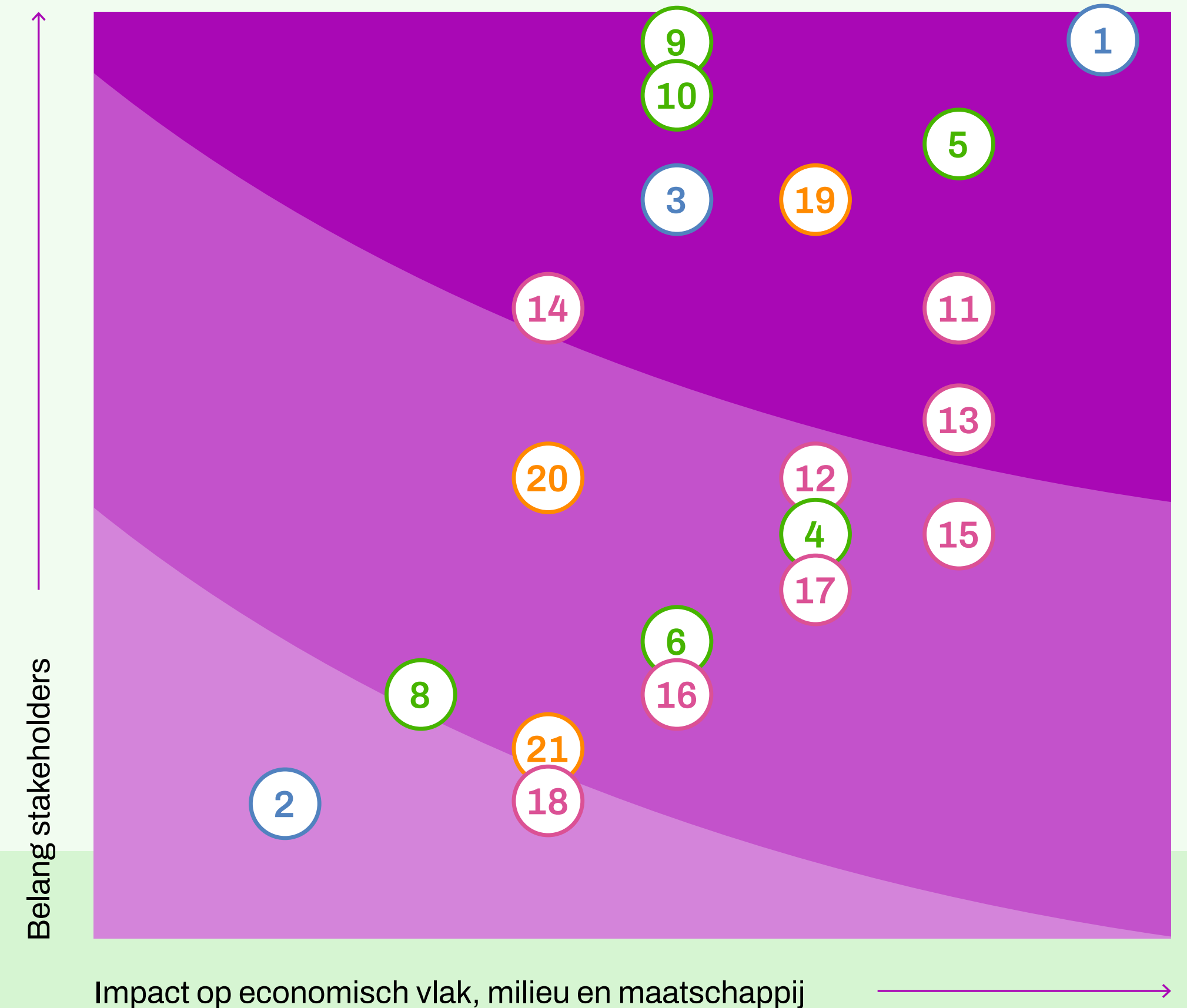
DE MATERIALITEITSMATRIX

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

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

Focus 2023

- 1 Purpose + wetgeving
- 3 Sociale waarde
- 5 Inzicht + CO₂
- 7 Energie + Water
- 10 Afval
- 11 Betrokkenheid
- 19 Ends of life
- 9 Richting klanten



- FUNCTIE**
- 1 Purpose + wetgeving
- 2 Ecologische waarde
- 3 Sociale waarde
- WASTE**
- 19 Ends of life
- 20 Inkoop
- 21 Kennisdeling + Hergebruik

- LEEFOMGEVING**
- 4 Mobiliteit
- 5 Inzicht + CO₂
- 6 Huisvesting
- 7 Energie + Water
- 8 Consumpties, uitjes, partijen
- 9 Richting klanten
- 10 Afval

- ORGANISATIE**
- 11 Betrokkenheid
- 12 Talent
- 13 Inzicht
- 14 Externe communicatie
- 15 Modern werkgeverschap
- 16 Inclusiviteit + Diversiteit
- 17 Gezonde werkomgeving
- 18 Vertrouwen + Output



DE 7 PIJLERS, HET DOEL EN HOE?

De matrix leidt tot 7 pijlers om onze duurzaamheids-inspanningen voor 2024 op te richten. Wij hebben ambities vastgesteld voor elk van onze strategische pijlers.

1

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

2

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

3

Inzicht en CO₂ ontstaat door het ontsluiten van data. Data op het gebied van CO₂ uitstoot in scope 1 en 2 creëert mogelijkheden om met science based targets (SBT) doelstellingen te formuleren. En geeft ons handvatten om te voldoen aan de rapportageverplichting woon-werkverkeer per 1 juli 2024.

4

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

5

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

6

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

7

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

8

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

9

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



DE 7 PIJLERS, HET DOEL EN HOE?

Purpose en wetgeving en sociale waarden

Het doel: Naast compliancy, invulling geven aan onze visie en missie; langdurige samenwerkingen met onze klanten en relaties die ondersteunend bijdragen aan gezond ondernemerschap. Met eigen team en partners impact maken door invulling te geven aan onze SDG's.

Hoe: Door onze milestones en failures te delen, in gesprek raken met onze klanten en elkaar uitdagen de weg te bewandelen. Partnerships aangaan met goede doelen/stichtingen, ruimte geven aan het team voor vrijwilligerswerk en het AM social event inzetten voor het maken van impact.

Inzicht en CO₂

Het doel: In 2030 moet Nederland, en dus ook AM, 55% (streven 60%) minder broeikasgassen uitstoten vergeleken met 1990. In 2050 wil Nederland klimaatneutraal zijn. Als peiljaar voor de 0-meting hanteert AM 2019.

Hoe: Jaarlijks de metingen van scope 1 en 2 afzetten tegen de gemaakte doelstelling met als uitgangspunt 60% reductie in 2030 en in 2024 scope 3 in kaart brengen.

Energie en water

Het doel: Door middel van investeringen in technologie de huidige energiecrisis en periodes van waterschaarste het hoofd bieden waarmee veel impact wordt gemaakt op economisch- en milieugebied.

Hoe: Door het overgaan op groene stroom, de investering van een nieuw klimaatsysteem en waterreducerende stortbakken te plaatsen.

Afval en Ends of life

Het doel: Een zero waste organisatie in 2030 met een recycle netwerk voor afgeschreven inventaris en hardware.

Hoe: Met het plaatsen van grote afvalunits ontstaan schone afvalstromen. In het dashboard lezen we de data uit en zetten we deze af tegen de doelstelling. Daarnaast ontwikkelen we een recycle cultuur van gebruikte en afgeschreven inventaris en hardware.

Betrokkenheid

Het doel: Betrokkenheid van het team verhogen, verloop beteugelen en een interessante werkgever zijn waar men zich graag aan verbindt.

Hoe: Door duidelijkheid te geven over de doelen van de organisatie en de cultuur waar AM voor staat, ontstaat een gevoel van verbondenheid. Het kernwaardenprogramma draagt bij aan het voelen van de cultuur.





Waardecreatie

We streven, in onze strategie, naar waardecreatie op lange termijn voor al onze belanghebbenden.

Op twee manieren creëren wij waarde:



DOOR DE POSITIEVE IMPACT VAN ONS BEDRIJF TE MAXIMALISEREN

Het realiseren van economische groei en het creëren van banen door de bedrijven van onze klanten te helpen groeien of door onze medewerkers carrièremogelijkheden en een veilige, inclusieve werkomgeving te bieden.



DOOR DE NEGATIEVE IMPACT TE MINIMALISEREN

We realiseren ons dat, zoals elk bedrijf, ook onze activiteiten schade kunnen veroorzaken. Door onze diensten en media-inkoop kunnen we indirect schade toebrengen aan het milieu of niet-duurzame bedrijven helpen groeien.

ONZE STAKEHOLDERS

Wij definiëren onze belanghebbenden als:

Elke groep of persoon die door Abovo Maxlead wordt beïnvloed via haar activiteiten of producten en diensten, of die op hun beurt invloed kunnen hebben op het vermogen van Abovo Maxlead om haar doelen te bereiken.

Aan de hand van deze definitie herkennen we vier belangrijke groepen stakeholders:

Onze klanten, medewerkers, media-exploitanten en aandeelhouders.

We raadplegen onze belanghebbenden regelmatig en nemen hun mening waar mogelijk mee in onze beslissingen, strategie en verslaggeving.

Ons model voor waardecreatie

Het waardecreatiemodel geeft weer van welke resources (zowel financieel, als ook bijvoorbeeld grondstoffen en

mensen) een onderneming gebruikmaakt (input), hoe de organisatie die omzet (throughput) in producten en diensten (output) – feitelijk het bedrijfsmodel – en welke waarde dat toevoegt of vernietigt voor stakeholders en de samenleving als geheel (outcome) op de korte én lange termijn.

De volgende pagina's geven een overzicht van ons waardecreatie proces, dat bestaat uit vier stappen. Het model moet van links naar rechts worden gelezen:

Input: Dit zijn de **middelen** die we nodig hebben om ons bedrijf te runnen, variërend van de tijd, vaardigheden en knowhow van onze medewerkers tot het eigen vermogen van de aandeelhouders van onze organisatie.

Throughput: Dit zijn onze **bedrijfsactiviteiten** - het laat zien hoe onze activiteiten input omzetten in waarde voor belanghebbenden.

Output: Dit zijn de directe **resultaten** van onze activiteiten: de media die we inkopen en de campagnes die we leveren aan klanten, of de salarissen die we aan onze medewerkers betalen.

Outcome: Dit zijn de **effecten** van onze activiteiten op belanghebbenden - bijvoorbeeld het feit dat onze producten en diensten onze klanten helpen groeien of de bestaanszekerheid voor onze medewerkers.

Veel van de waarde die we creëren is financieel van aard, maar kan ook sociaal of ecologisch van aard zijn.

Om dit aan te tonen, maakt ons model voor waardecreatie gebruik van zes kapitalen, gebaseerd op het Integrated Reporting <IR> Framework: Geproduceerd, financieel, intellectueel, menselijk, sociaal en natuurlijk.



DE ZES KAPITALEN

Het model – evenals de theorie van een geïntegreerde strategie en de verslaglegging – gaat ervan uit dat een organisatie zowel aan de input-kant (wat heb je nodig om je bedrijf te laten draaien?) als aan de outcome-kant (welke effecten heb je op mens, milieu en maatschappij?) gebruikmaakt van of invloed heeft op een zestal zogenoemde ‘kapitalen’:

Geproduceerd: Onder geproduceerd kapitaal worden de gebouwen verstaan, het wagenpark, de fabrieken en de infrastructuur van een organisatie. Dit alles wordt ingezet voor de bedrijfsactiviteiten van een onderneming. Die moeten samen zorgen voor waardevolle producten of diensten voor klanten en consumenten.

Financieel: De meest traditionele en misschien wel voor de hand liggende, het financieel kapitaal. Dat is bijvoorbeeld het eigen vermogen, leningen of kapitaal van aandeelhouders. Er is geld nodig om de onderneming te laten draaien. Aan de outcome-kant van het waardecreatiemodel leidt dit bijvoorbeeld tot financiële winst, betaalde belasting of aandeelhouderswaarde.

Intellectueel: Ondernemingen zetten veel kennis in voor hun bedrijfsactiviteiten. Denk aan de patenten, onderzoeken, of het gebruik van big data en slimme software. Dit leidt tot meer innovatie en kennis.

Menselijk: Voor veel bedrijven is menselijk kapitaal de grootste kapitaalstroom. Het zijn de medewerkers die een onderneming kunnen laten groeien en bloeien. De waarde die het bedrijf toevoegt, is onder andere een hoge medewerkerstevredenheid en een laag ziekteverzuim.

Sociaal: Onder sociaal kapitaal valt het netwerk aan klanten, relaties, partners, instellingen en andere stakeholders. Dit netwerk bepaalt in grote mate de reputatie en het imago van een onderneming.

Natuurlijk: Dit is alles uit de natuur dat nodig is voor de productie en bedrijfsvoering. Denk aan grondstoffen zoals metalen en hout, fossiele bronnen zoals olie en gas, zon, wind en water, aarde om gewassen in te groeien, et cetera. Een duurzaam bedrijf streeft uiteraard naar hergebruik van natuurlijk kapitaal en CO₂-reductie.

OUTCOMES EN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN HET WAARDECREATIEMODEL

Een van de belangrijkste stappen in het model is hoe de bedrijfsactiviteiten, producten en diensten leiden tot outcomes op de verschillende kapitalen. Waar wordt positieve waarde toegevoegd? Aan welke grote maatschappelijke veranderingen en doelen dragen de activiteiten bij? Abovo Maxlead definieert haar langere termijn impact aan de hand van de Sustainable Development Goals. Deze zijn ook opgenomen in het waardecreatiemodel.



STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Onze stakeholdersgroepen



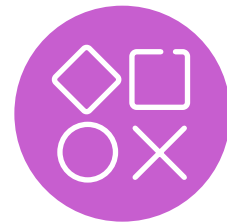
Klanten

Individuele klanten, MKB's en grotere bedrijven



Werknemers

Voltijdse en deeltijdse werknemers en stagiairs



Media-exploitanten

Een holding, commerciële eigenaar of uitgever



Aandeelhouders

Eigenaren en STAK-leden

Onze betrokkenheid

- ▶ Regelmatig klantbezoek
- ▶ Jaarlijks klantentevredenheidsonderzoek

- ▶ Werknemersbetrokkenheids- onderzoek De Gallup
- ▶ Afdelingsoverleg en persoonlijke Bila's met leidinggevende

- ▶ Exploitantenonderzoek
- ▶ Roadshow meetings

- ▶ Halfjaarlijkse bijeenkomst STAK
- ▶ Tweewekelijks overleg Directie

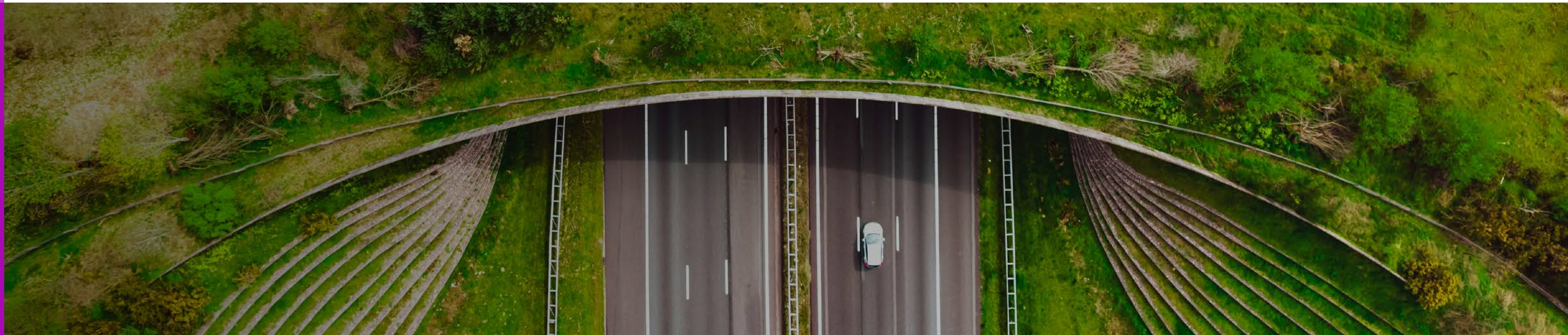
Belangrijkste kwesties in 2023

- ▶ Introductie tool meten CO₂-uitstoot van een campagne

- ▶ Uitbreiding secundaire arbeidsvoorwaarden
- ▶ Upgrade salarishuis laagste schalen.

- ▶ Afstemmen samenwerking d.m.v. ondertekening Code of Conduct

- ▶ Afstemmen plannen 2024





WAARDECREATIE MODEL

INPUT

THROUGHPUT

OUTPUT

OUTCOME

Geproduceerd

- Kantoren, wagenpark, apparatuur, IT.

- 2 kantoren
- 93% van de leveranciers heeft gedragscode ondertekend.

Financieel

- Eigen vermogen, leningen, kapitaal van aandeelhouders.

- Per 31-12-2023
€ 5.376k Eigen vermogen
€ 2.733k Langlopende schulden inclusief kortlopend deel
Current ratio 1,18x

Intellectueel

- Aangeschafte en eigen ontwikkelde software.
- Innovatie en investeringen in nieuwe bedrijfsmodellen, producten en diensten.
- Ingekochte advies diensten.
- Eigen merk en reputatie.

- € 317k uitgegeven aan immateriële activa.
- NPS Abovo 2021: 39,9%
- KTO Abovo 2021: 8,2
- NPS Maxlead 2021: 35,9%
- KTO Maxlead 2021: 8,2
- 1.970K uitgegeven aan IT + team van 6 developers

Menselijk

- Tijd, vaardigheden en expertise van eigen medewerkers.

- 234 medewerkers 2023
- 53,8% mannen
- 46,2% vrouwen

Sociaal

- Relaties met klanten, werknemers, zakelijke partners en andere stakeholders.
- Branche netwerken en samenwerkingen.

- Jaarlijks organiseren wij ons maatschappelijk event waarmee wij een bijdrage leveren aan de gemeenschap.
- Samenwerking OpenUp! voor het behouden van mentale veerkracht van ons team.
- Maandelijkse coaching MT, management en medewerkers.

Natuurlijk

- Abovo Maxleads energie- en waterconsumptie en andere natuurlijke bronnen.

- AM 186.557 kWh elektraverbruik (groen)
- AM 23.134 m³ gasverbruik
- AM 457 m³ waterverbruik
- ML 64.985 kWh elektraverbruik
- ML 18.548 m³ gasverbruik
- ML 344 m³ waterverbruik

Ons doel
Onze strategie
Onze pijlers
Onze waardecreërende onderwerpen

Onze diensten

We leveren strategie, creatie en data aan B-to-B en non-profit organisaties. Het grootste deel van onze inkomsten komt uit de verkoop van uren en marge op de inkoop. We ontvangen ook fees voor onze inkoop en commissies op de totale afzet bij exploitanten.

Herinvesteren en rendement delen

Van onze inkomsten betalen we onze bedrijfskosten, herinvesteren we in ons bedrijf en keren we rendement uit aan onze investeerders.

Onze visie

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

Onze missie

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

Dit overzicht van ons waardecreatieproces bestaat uit vier stappen en moet van links naar rechts worden gelezen:

Input

Dit zijn de middelen die we nodig hebben om ons bedrijf te runnen, variërend van de tijd, vaardigheden en knowhow van onze medewerkers tot het eigen vermogen van de aandeelhouders van Abovo Maxlead.

Bedrijfsactiviteiten

Dit is onze 'machinekamer' - het laat zien hoe onze bedrijfsactiviteiten input omzetten in waarde voor belanghebbenden.

Output

Dit zijn de directe resultaten van onze activiteiten: bijvoorbeeld de strategie, creatie en campagnes voor klanten, of de salarissen en uitkeringen die we aan werknemers betalen.

Uitkomsten

Dit zijn de gevolgen van onze activiteiten voor belanghebbenden. Dat succesvolle campagnes leiden tot waardevermeerdering van onze klanten, die met hun groei, meer mensen aan een baan helpen wat bestaanszekerheid creëert, het marktaandeel van bedrijven met een dienst of product For Good zien toenemen wat tot gedragsverandering en duurzame keuzes kan leiden.

Geproduceerd

- € 120.800k Abovo enkelvoudig
- € 9.100k Maxlead enkelvoudig
- Geconsolideerd 129,9m

In de loop van het jaar 2023 hebben we waarde gecreëerd voor klanten door diensten te verlenen die leiden tot waardevolle producten en advies. Bijvoorbeeld door data van CO₂-uitstoot op kanaalniveau op te nemen in mediacampagne-voorstellen waarmee klanten een completer beeld krijgen van hun CO₂-uitstoot. We creëren ook waarde door een zakelijke gedragscode met normen en beleid te ontwikkelen waarmee we de voorwaarden van samenwerking met leveranciers en exploitanten delen. Na de blokkering van cookies en trackers heeft ons Data&Tech team Server2server ontwikkeld; een tool waarmee zo'n 80% van de data verzameld kan blijven worden waardoor campagnes beter scoren.

- We meten onze waarde via onze Net Promoter Score.
- NPS Abovo 2023: 35% • KTO Abovo 2023: 8,2
- NPS Maxlead 2023: 12,3% • KTO Maxlead 2023: 7,9

Financieel

- Geconsolideerde EBITDA € 5.135.018
- Bruto marge 19%
- Betaalde vennootschapsbelasting € 1.134k in 2023

In ruil voor onze communicatiediensten - ons gefabriceerd kapitaal - hebben klanten de uitgestuurde facturen betaald. De waardecreatie voor aandeelhouders steeg en de nettowinst van Abovo Maxlead over het hele jaar nam toe. Tegelijkertijd waren er negatieve effecten, bijvoorbeeld als gevolg van onbetaalde facturen door faillissement van klanten.

- 83% rentabiliteit op gemiddeld eigen vermogen 2023 (balans 31-12-2023+balans 31-12-2022 delen door 2)
- € 33.739 verlies als gevolg van dubieuze debiteuren, < 0,02% van totaal gefactureerde bedrag
- Mutatie voorziening dubieuze debiteuren € 27.239
- Afboeking oninbare debiteuren € 6.500

Intellectueel

- ISO 9001 2^e verlenging 2023.
- ISO 14001 nieuwe certificering 2023.
- ISO 27001 2^e verlenging 2023.
- Indienen aanvraag B Corp certificering.
- Doorontwikkelen VIS.
- Ontwikkelen Server2Server.
- Doorontwikkelen Omnichannel Manager.
- Doorontwikkelen Maxlead Manager.

We hebben intellectuele waarde gecreëerd voor klanten door advies te geven, door te investeren in innovatie en technologie en door creatieve communicatie-oplossingen.

- Gemiddelde duur klantrelatie 8 jaar en 2,4 maanden.
- We ontvingen ook intellectueel kapitaal van anderen, waaronder klanten en exploitanten. Tegelijkertijd waren er negatieve effecten, bijvoorbeeld als gevolg van cybercrime-incidenten.
- 3 keer op een besmette link geklikt.
- 0 keer laptop gehackt.

Menselijk

- € 11.460k Lonen & Pensioenen
- € 734k Autokosten
- € 384k Overige zaken
- € 12.578k Totaal
- € 202.301 euro uitgegeven aan externe training en ontwikkeling.
- 6.041 uur learning & development besteed in 2023 door ons team.
- 4 MBO en 13 HBO stagiairs geplaatst.

In 2023 groeide ons personeelsbestand en creëerden we meer waarde door tijd, vaardigheden en kennis in te brengen. In ruil daarvoor creëerden we waarde voor onze werknemers via salarissen en secundaire arbeidsvoorwaarden. Naast het ontwikkelen van vaardigheden hebben we ons ook gericht op het aantrekken en behouden van talent door onze halfjaarlijkse Academy en door werknemers bij- en nascholing aan te bieden.

- Gallup score: 3,82 medewerkerbetrokkenheid
- 47 nieuwe interne medewerkers
- 43 vertrokken medewerkers

Sociaal

- 689 uur interne coaching aan middle management en personeel door externe onafhankelijke coaches.
- 77 x (1:1) sessies van 30 minuten gevoerd met OpenUp!

Ons sociaal kapitaal wordt aanzienlijk beïnvloed door onze relaties.

- Onze bijdrage aan de samenleving via donaties en sponsoring € 82.400,-
- Onze bijdrage aan jongeren via stages en leerlingplaatsen: 18 stageplaatsen
- Onze bijdrage aan de gemeenschap via vrijwilligerswerk 960 uur.

Natuurlijk

- Daling CO₂-uitstoot Abovo Media 26,58%.
- Stijging CO₂-uitstoot Maxlead 40,66%
- Stijging gescheiden afvalstromen 0%.
- Daling totaal afval per persoon 1%.

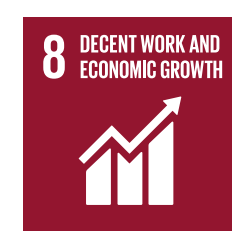
We zijn ons ervan bewust dat onze activiteiten, zoals elk bedrijf, ook schade kunnen veroorzaken. Door bij te dragen aan groei van onze klanten en door onze eigen activiteiten, brengen we ook indirect schade toe aan het milieu. In 2023 hebben we onze impact op het milieu en het gebruik van natuurlijke hulpbronnen verder verminderd, grotendeels door het overstappen op groene energie en het vervangen van verlichting door LED-lampen. Verder werkten we aan het minimaliseren van negatieve impact door onder andere circulaire transacties en afvalscheiding.

- Totaal 198,3 ton CO₂-uitstoot van scope 1, Abovo Media en Maxlead in 2023.
- Totaal 121,2 ton CO₂-uitstoot van scope 2, Abovo Media en Maxlead in 2023.
- Totaal 201,8 ton CO₂-uitstoot van deels scope 3, Abovo Media en Maxlead in 2023.
- 858 Ton koolstof gemeten uitgestoten als gevolg van de uitrol van media-campagnes (scope 3).



LANGETERMIJNWAARDE

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



Purpose en wetgeving

AM moedigt haar collega's aan deel te nemen aan het DWDG-Team. Met het DWDG-team geven we actief invulling aan het ESG-beleid, maken we strategische keuzes en werken we aan onze koploperspositie. Wij dragen ieder jaar structureel bij aan onze SDG's.



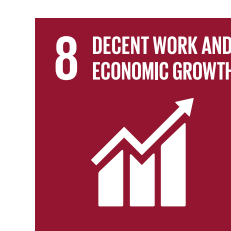
Energie en water

Wij dragen actief bij aan de energietransitie door de overstap te maken naar groene stroom. Tijdens de verbouwing zijn waterbesparende maatregelen uitgevoerd.



Inzicht en CO₂

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



Afval en End of life

Wij scheiden ons afval en zetten de resultaten af tegen ons afvalreductieplan. We werken toe naar een zero waste organisatie. Voor afgeschreven meubilair, hardware, etc. ontwikkelen wij recycle initiatieven door samenwerking met stichtingen en goede doelen.



Betrokkenheid en sociale waarden

Wij moedigen onze collega's aan zich te ontwikkelen, qua kennis en zingeving, in en buiten onze organisatie. Wij doneren jaarlijks in tijd, kennis, gereduceerde tarieven en geld aan purpose driven klanten, projecten en goede doelen. Wij willen ieder jaar een groter verschil maken. Wij werken voor 1400 klanten. Door het uitdragen van onze duurzame waarden trekken we purpose driven klanten aan. Onze focus is het jaarlijks verhogen van het % projecten For Good met 5%.





De SDG's



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

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

4 QUALITY EDUCATION

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

10 REDUCED INEQUALITIES

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS





SDG SUBDOELEN

Wij ondersteunen de SDG's van de VN als raamwerk waarbij wij samenwerken om een duurzamere toekomst te creëren. We hebben onze duurzaamheidsstrategie beoordeeld aan de hand van de 17 mondiale doelstellingen en de 169 doelstellingen die erachter zitten, om de doelstellingen te identificeren die het meest relevant zijn voor ons bedrijf.

De grootste bijdrage die we kunnen leveren aan de SDG's is via onze klanten en pro bono werk.

De onderstaande tabel en de campagne casestudies in dit rapport geven aan welke SDG's het meest relevant zijn voor wat we doen.

4 QUALITY EDUCATION



AM draagt bij aan SDG 4.4 door al vroeg in hun carrière contact te leggen met potentiële collega's. Door middel van open huis, snuffelstages en de Academy worden (toekomstige) trainees geworven en opgeleid als start van een kansrijke carrière. We werken samen met scholen, hogescholen en universiteiten en helpen bij het ontwikkelen en ondersteunen van trainingen in marketingcommunicatie-vaardigheden.

TARGET 4-4



INCREASE THE NUMBER OF PEOPLE WITH RELEVANT SKILLS FOR FINANCIAL SUCCESS

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



AM draagt bij aan SDG 8.6 door het aanbieden van (snuffel)stageplekken, het opleiden van trainees in de halfjaarlijkse Academy en het geven van sollicitatietrainingen aan jeugd in achterstandswijken i.s.m. JINC.

TARGET 8-6



PROMOTE YOUTH EMPLOYMENT, EDUCATION AND TRAINING

10 REDUCED INEQUALITIES



AM draagt bij aan SDG 10.1 en 10.3 door jeugd uit achterstandswijken rondom Oegstgeest en Hoorn d.m.v. mentorschap en trainingen een gelijke start te geven op de arbeidsmarkt waarmee eerlijke economische kansen ontstaan.

AM draagt bij aan SDG 10.3 door de ontwikkeling van persoonlijke groeipaden. Jezelf ontwikkelen en doorgroeien, je eigen carrière vormgeven, zorgt voor een hoge betrokkenheid en een laag verloop. Belangrijk voor de toekomst van AM.

AM draagt bij aan SDG 10.4 door de gelijke beloning bij gelijk werk van mannen en vrouwen binnen AM.

TARGET 10-1



REDUCE INCOME INEQUALITIES

TARGET 10-3




ENSURE EQUAL OPPORTUNITIES AND END DISCRIMINATION

TARGET 10-4



ADOPT FISCAL AND SOCIAL POLICIES THAT PROMOTES EQUALITY

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



AM draagt bij aan SDG 7.2 door de afname van groene stroom.

TARGET 7-2



INCREASE GLOBAL PERCENTAGE OF RENEWABLE ENERGY

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



AM draagt bij aan SDG 11.6 door actief beleid op het reduceren.

TARGET 11-6



REDUCE THE ENVIRONMENTAL IMPACT OF CITIES



SDG SUBDOELEN

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

AM draagt bij aan SDG 12.2 door de ondersteuning van de circulaire economie.

TARGET 12-2

AM draagt bij aan SDG 12.5 door de gemeten data van de afvalstromen in lijn te houden met het afvalreductieplan, met als doel om toe te werken naar een zero waste organisatie.

SUSTAINABLE MANAGEMENT AND USE OF NATURAL RESOURCES

13 CLIMATE ACTION

AM draagt bij aan SDG 13.3 door zitting te nemen in de taskforce Klimaat van brancheorganisatie VIA Nederland met als doel branchegenoten te inspireren.

TARGET 13-3

AM draagt bij aan SDG 13.3 door actief te sturen op de reductie van CO2, water en afval.

BUILD KNOWLEDGE AND CAPACITY TO MEET CLIMATE CHANGE

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

AM draagt bij aan SDG 17.17 door partnerschappen aan te gaan met organisaties die actief zijn op het gebied van gezondheid, ontwikkeling en milieu en die leiden tot het vergroten van AM's bijdragen aan de SDG's.

TARGET 17-17

ENCOURAGE EFFECTIVE PARTNERSHIPS

Wil je meer weten over de SDG's van de VN, zie un.org/sustainabledevelopment
 Heb je vragen n.a.v. dit ESG-beleid, neem dan contact op via roos@abovo.nl

