



Nachhaltigkeits- bericht 2024

Unsere Versprechen sind mehr
als nur Worte.

vom CEO

Wenn ich auf das Jahr 2024 zurückblicke, bin ich stolz darauf, wie Dataflex gemeinsames Handeln als Eckpfeiler unserer Nachhaltigkeitsstrategie betrachtet. Nachhaltigkeit war nie nur ein Wunsch; sie ist in unseren täglichen Abläufen, Gesprächen und Entscheidungen aller Abteilungen verankert. Wir haben lange gebraucht, um an diesen Punkt zu gelangen. Unsere Bemühungen wirken sich nicht nur auf unsere Mitarbeiter, sondern auch auf unsere Kunden und unsere Lieferkette aus.

Die Fortschritte, die wir in diesem Jahr erzielt haben – von der 100-prozentigen Solarautarkie an unserem Hauptsitz über die Stärkung der Lieferanten-Compliance bis hin zur Initiierung neuer gesellschaftlicher Engagements – spiegeln die Vertiefung unseres Engagements wider. Besonders stolz bin ich auf die Kreativität und das Engagement unserer Teams, die sich an Initiativen wie unserem Repair Café und der kontinuierlichen Teilnahme an einfachen, aber sinnvollen Gemeinschaftsveranstaltungen wie dem World Cleanup Day zeigen.

Insbesondere unsere Scope-2-Emissionen sind dank unserer erheblichen Investitionen in erneuerbare Energien und Effizienzsteigerungen an unserem Hauptsitz negativ geworden. Ich habe diese Investitionen bereits in meinem letzten Brief zu unserem Nachhaltigkeitsbericht 2023 erwähnt.

Während viele Unternehmen ihre Berichterstattung auf direkte betriebliche Emissionen beschränken, haben wir uns entschieden, unsere Scope-3-Emissionen rigoros zu melden und zu berücksichtigen. Denn diese indirekten Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette stellen unsere größten Umweltauswirkungen dar, bieten aber auch die größte Chance für sinnvolle Veränderungen. Damit nehmen wir eine Sonderstellung unter den Unternehmen ein, die völlig transparent über ihre Umweltauswirkungen berichten.

Ich will damit nicht sagen, dass andere Unternehmen diese Informationen verschweigen. Ich glaube, sie wissen es einfach nicht besser. Wir wissen es und werden handeln.

In diesem Jahr haben wir die wichtige Entscheidung getroffen, unseren Status der Klimaneutralität aufzugeben und unseren Fokus vom Emissionsausgleich auf die aktive Reduzierung an der Quelle zu verlagern. Obwohl dieser Übergang eine Herausforderung darstellt, sind wir überzeugt, dass er unser echtes Engagement für konkrete und wirksame Veränderungen in unseren Betrieben und unserer Lieferkette widerspiegelt.

Auch in Zukunft verfolgen wir ehrgeizige Ziele: Wir setzen klare Ziele zur CO₂-Reduktion, bauen ethische Praktiken im gesamten Unternehmen aus und stärken unsere Initiativen zur Kreislaufwirtschaft. Unsere Entscheidung, durch strukturiertes Engagement transparenter und kooperativer mit unseren Stakeholdern umzugehen, spiegelt unsere Überzeugung wider, dass Nachhaltigkeit eine gemeinsame Verantwortung ist.

Vielen Dank für Ihre anhaltende Unterstützung und Partnerschaft auf diesem wichtigen Weg. Gemeinsam schaffen wir sinnvolle Veränderungen für eine nachhaltige Zukunft.

Herzliche Grüße,

Roderik Mos
Eigentümer und Geschäftsführer

Vorwort

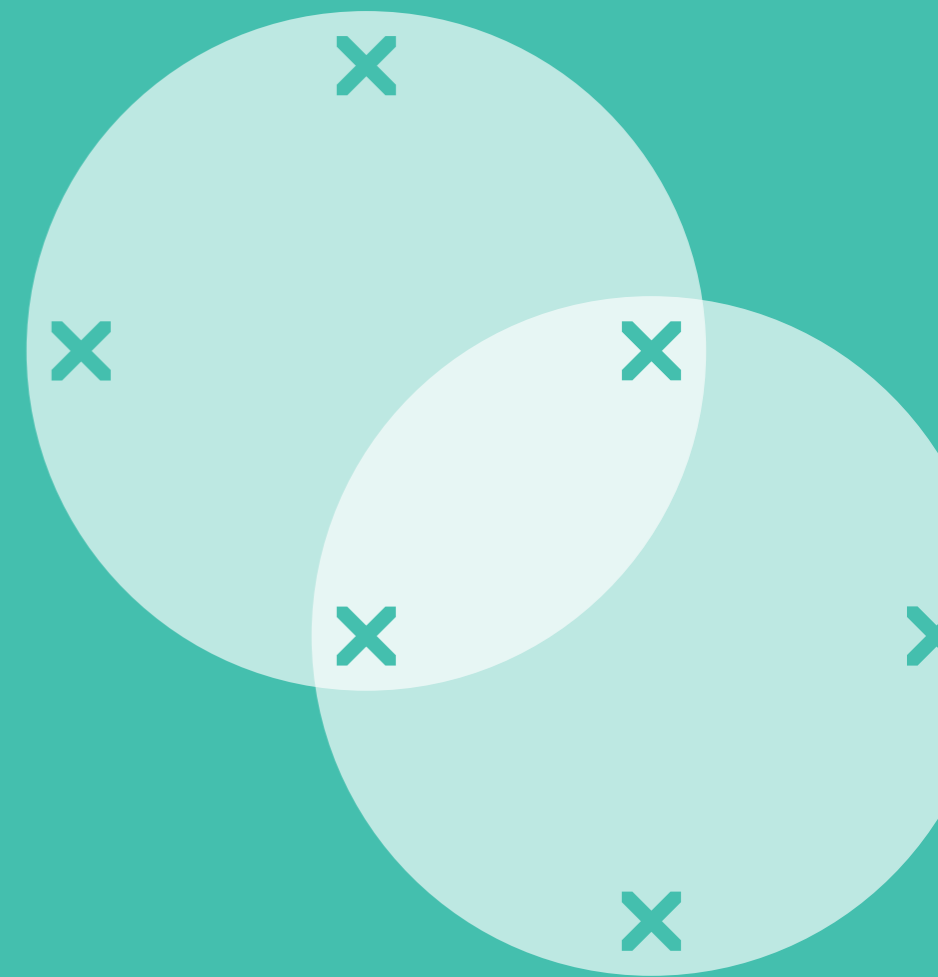
Das Motto unseres Nachhaltigkeitsprojekts lautete in diesem Jahr „Gemeinsames Handeln“. Wir möchten mehr Menschen in den Dialog einbeziehen, damit Nachhaltigkeit nicht nur eine Checkliste wird, sondern zu einer unternehmensweit verankerten Denkweise wird. Durch Gespräche, Schulungen und die Bildung einer funktionsübergreifenden B Corp-Arbeitsgruppe waren wir sehr inspiriert zu sehen, wie Ideen – egal wie groß oder klein – aus allen Abteilungen kamen. Die Menschen beschäftigen sich zunehmend mit Nachhaltigkeit und verstehen, wie sie mit ihrer täglichen Arbeit zusammenhängt. Während sich unser Fokus erweitert, behalten wir jedoch die Auswirkungen im Blick, die sich auf diesem Weg ergeben und sind uns der Bedeutung bewusst, unsere Ziele zum Nutzen aller Beteiligten konsequent zu verfolgen.

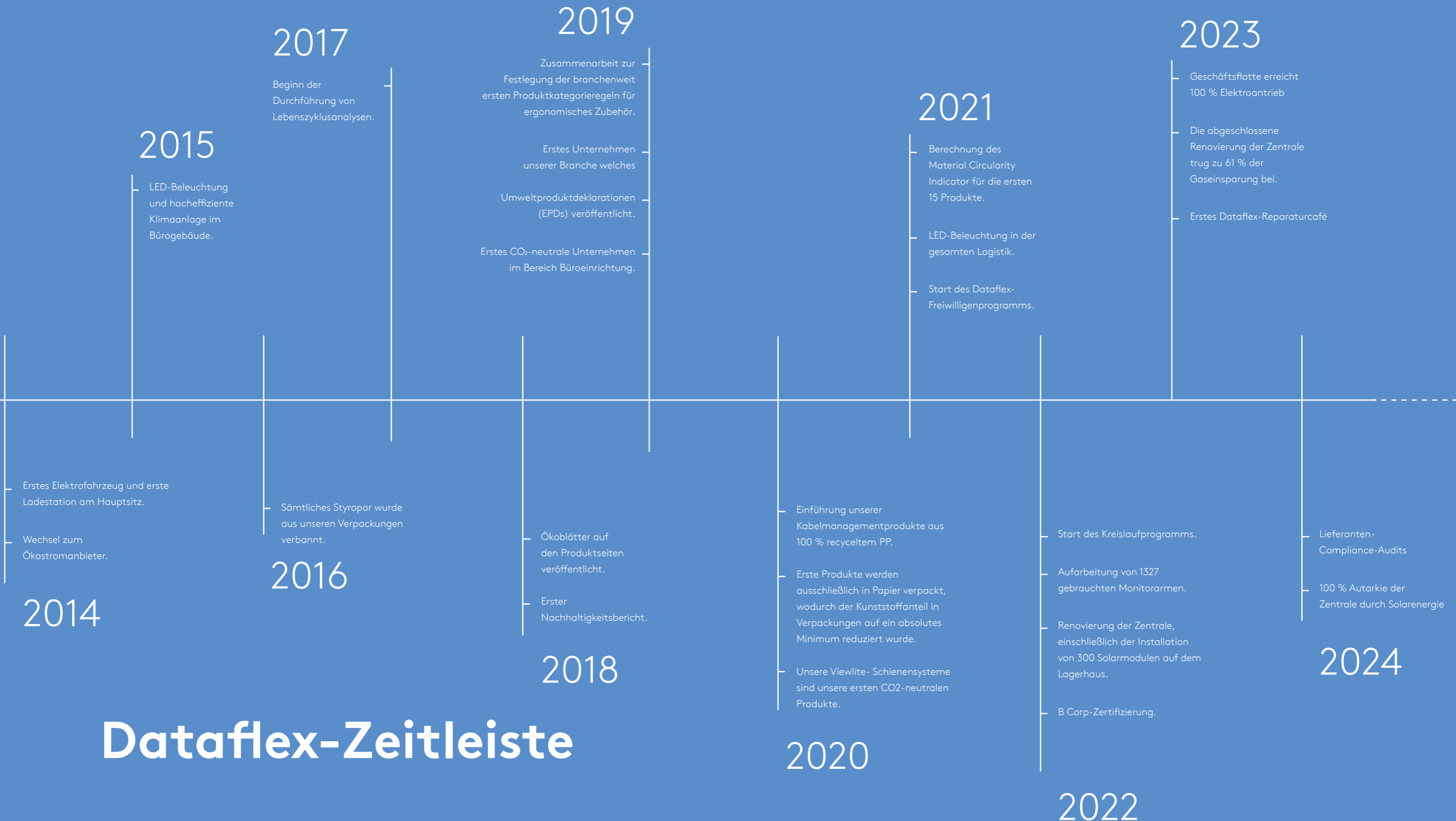
Eine bedeutende Veränderung in diesem Jahr war unsere Entscheidung, uns von unserem Label „Klimaneutralität“ zu verabschieden, das wir seit 2020 tragen und in dem wir unsere Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen kompensiert haben. Diese Entscheidung fiel uns nicht leicht und es mag so aussehen, als würden wir uns aus der Verantwortung zurückziehen. Wir hoffen jedoch aufrichtig, dass sie ein tieferes Engagement widerspiegelt: in reale Betriebsemissionen zu investieren, anstatt sich auf Kompensationen außerhalb unserer Kontrolle zu verlassen. Wir entwickeln derzeit eine interne Strategie, um diesen Übergang zu unterstützen, und freuen uns darauf, sie bekannt zu geben, sobald sie vollständig etabliert ist.

Dieser Bericht folgt im Großen und Ganzen der CSRD-Struktur und behandelt Themen, die für unser Unternehmen relevant sind oder in unseren Zuständigkeitsbereich fallen. Er berücksichtigt zudem die fünf Säulen der B-Impact-Bewertung: Unternehmensführung, Arbeitnehmer, Gemeinschaft, Umwelt und Kunden. Dies ermöglicht es uns, verschiedene Berichtsrahmen in einer einzigen, ganzheitlichen Struktur zu bündeln und zu konsolidieren.



	Inhalt
vom CEO	2
Vorwort	4
Dataflex-Zeitleiste	8
Führung	10
Governance-Struktur	11
Stakeholder Engagement	12
Wesentlichkeitsbeurteilung	13
Fortschritt und zukünftige Ziele	13
Sozial	14
Unsere eigene Belegschaft	15
Arbeiter in unserer Wertschöpfungskette	18
Partner-Angebote	18
Verbraucher und Endnutzer	19
Gemeinschaftsprojekte	20
Fortschritt und zukünftige Ziele	21
Umwelt	22
Klimawandel	22
Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	25
Fortschritt und zukünftige Ziele	28





Dataflex-Zeitleiste



Führung



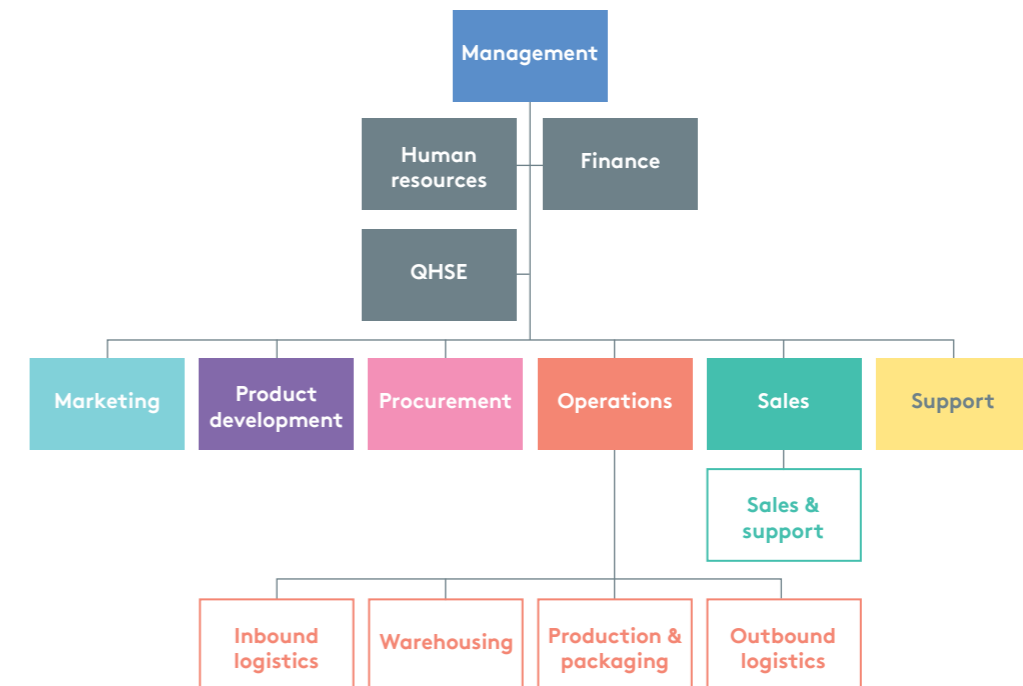
Governance bestimmt unsere strategische Ausrichtung und spiegelt unsere Werte wider. Dieser Abschnitt beschreibt unsere Governance-Praktiken und die jüngsten Aktualisierungen unseres Governance-Rahmens. Zusätzlich zu unserer internen Struktur sind wir nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert, welches unser Engagement für Qualitäts- und Umweltstandards unterstreicht.



Governance-Struktur

Unser Geschäftsführer hat die höchste Entscheidungsbefugnis und trägt die Hauptverantwortung für die Ausrichtung der Organisation. Ergänzt wird diese Führung durch drei weitere Manager, die das Management Team (MT) bilden. Unterstützt wird das MT von drei Teams: dem Governance Management Team (GMT), dem Commercial Management Team (CMT) und dem Product Management Team (PMT). Jedes Team setzt sich aus Managern unterschiedlicher Funktionen zusammen. Das Tagesgeschäft wird von verschiedenen Teams durchgeführt, wie im untenstehenden Organigramm dargestellt.

Governance-Struktur



Nachhaltigkeits-Governance

Nachhaltigkeitsbezogene Themen werden von unserem Nachhaltigkeitskoordinator im Marketingteam betreut. Obwohl er funktional Teil dieses Teams ist, berichtet der Koordinator sowohl an den Marketingleiter als auch direkt an den Direktor. Dies gewährleistet Transparenz auf Führungsebene und die Integration in Planung und Betrieb.

Stakeholder Engagement

Im Jahr 2024 starteten wir unsere erste Stakeholder-Wesentlichkeitsumfrage, um Einblicke in die Themen zu gewinnen, die unsere Stakeholder als am wichtigsten erachten. Die Teilnehmer wurden aufgefordert, ihre Perspektiven zu den intern identifizierten wesentlichen Themen zu teilen und unsere Leistung in jedem Bereich zu bewerten. Dies ist unser Schritt hin zu einem strukturierteren Stakeholder-Engagement.

In diesem Jahr haben wir Antworten von verschiedenen Stakeholdergruppen eingeholt, darunter interne Mitarbeiter und Führungskräfte, Lieferanten, Kunden und Mitglieder der Community. In zukünftigen Zyklen wollen wir den Umfang des Engagements erweitern, um ein noch breiteres Spektrum an Perspektiven einzubeziehen und eine valide Repräsentation sicherzustellen.

Wesentlichkeitsbeurteilung

Die unten aufgeführten, wesentlichen Themen sind das Ergebnis unserer internen Bewertung und basieren auf Erkenntnissen aus unserer Stakeholder-Befragung. Unser Fokus lag bisher auf der Identifizierung und Priorisierung der Themen anhand ihrer Stakeholder-Relevanz und ihrer wahrgenommenen Bedeutung.

Themen

Produktqualität und -sicherheit

Arbeitsbedingungen

Energiemanagement

Treibhausgasemissionen

Geschäftsverhalten, Ethik und Compliance

Datensicherheit

Karrieremanagement & Training

Produktdesign und Lebenszyklusmanagement

Produkt-End-of-Life und Kreislaufwirtschaft

Lieferkettenmanagement

Zugänglichkeit und Erschwinglichkeit

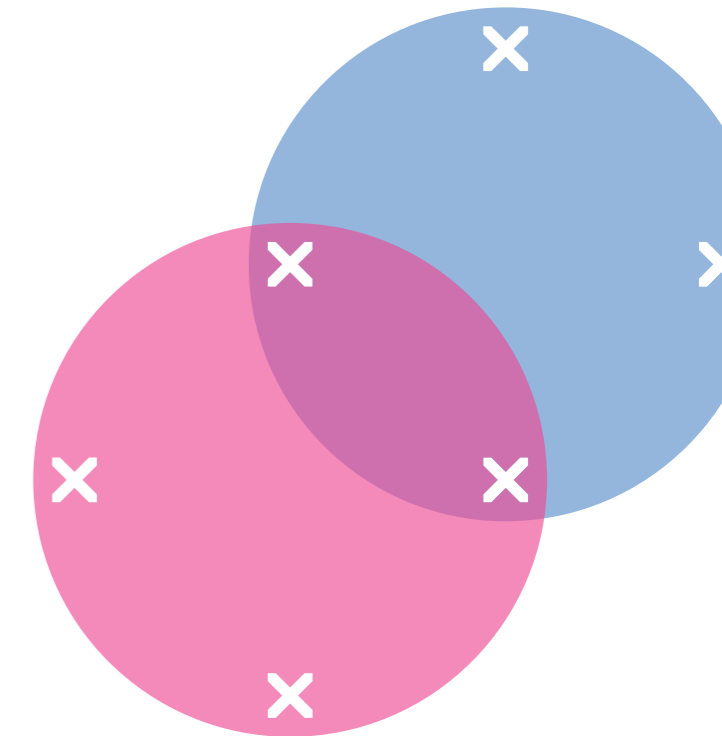
Für die Zukunft planen wir, unseren Ansatz durch eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse weiterzuentwickeln. So können wir nicht nur beurteilen, wie sich Nachhaltigkeitsthemen auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken, sondern auch, welche Auswirkungen unsere Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt hat.

Fortschritt und zukünftige Ziele

Im Jahr 2024 haben wir mehrere wichtige Ziele erreicht, darunter eine verstärkte Einbindung unserer Stakeholder und erweiterte Schulungsinitiativen mit Fokus auf ethische Entscheidungsfindung und Umweltpraktiken. Alle drei neuen Mitarbeiter, die dieses Jahr zu uns kamen, erhielten eine umfassende Umweltschulung sowie regelmäßige, auf die jeweiligen Abteilungen zugeschnittene Schulungen zu Nachhaltigkeit und regulatorischen Aspekten.

Ziele für 2025

- Um die Transparenz zu erhöhen, berichten wir im Nachhaltigkeitsbericht über Mechanismen zur Einbindung der Stakeholder.
- Wir erweitern ethische und ökologische Praktiken um die Einarbeitung von Praktikanten und deren Projektteilnahme.
- Wir legen langfristige Ziele zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes fest und konzentrieren uns dabei auf die Emissionen aus dem Betrieb und der Wertschöpfungskette.





Sozial

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 

10 REDUCED INEQUALITIES 

Das Wohl unserer Mitarbeiter, Kunden, Gemeinden, in denen wir ansässig sind und anderer Interessengruppen liegt uns am Herzen. Dieser Abschnitt beschreibt unsere Bemühungen zur Unterstützung unserer Mitarbeiter und zum Engagement in der Gemeinde.

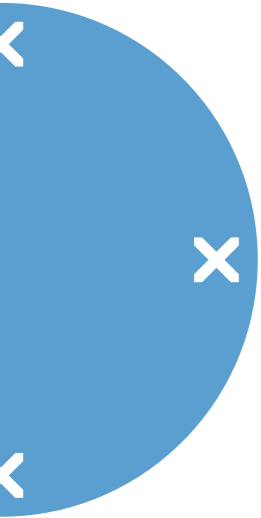
Unsere Mitarbeiter

Ende 2024 besteht unser Team aus 40 Mitarbeitern, drei davon sind in diesem Jahr zu uns gekommen, ein Mitarbeiter hat uns verlassen. Im Jahr 2024 kam es zu keinen Arbeitsunfällen. Unsere Belegschaft repräsentiert neun verschiedene Nationalitäten, was unsere vielfältige und integrative Kultur unterstreicht.

Das Geschlechterverhältnis beträgt 0,74 (berechnet als Anzahl der weiblichen Mitarbeiter geteilt durch die Anzahl der männlichen Mitarbeiter), ein Anstieg gegenüber 0,61 im Jahr 2023. Bemerkenswert ist, dass 25 % unserer Teammitglieder seit über 20 Jahren im Unternehmen beschäftigt sind und damit ein starkes langfristiges Engagement zeigen.

Wir führen abteilungsübergreifende Schulungen und Teamsitzungen durch, um die berufliche Weiterentwicklung zu fördern. So hat unser Marketingteam beispielsweise vierteljährlich einen „Marketingtag“ eingeführt, der von verschiedenen Teammitgliedern ausgerichtet wird und darauf abzielt, gemeinsam zu wachsen und neue Ideen zu entwickeln. In diesem Jahr haben wir den Tag zudem mit einer gemeinnützigen Aktion kombiniert, indem wir uns ehrenamtlich im Stadtgarten engagiert haben.





Gesundheit, Wohlbefinden und Glück (HWH)

Neben der Förderung des beruflichen Wachstums konzentriert sich unser Team für Gesundheit, Wohlbefinden und Zufriedenheit (HWH) auf die Entwicklung unterhaltsamer und sinnvoller sozialer und ökologischer Initiativen, die sowohl unseren Mitarbeitern als auch der gesamten Gemeinschaft zugutekommen. Obwohl es eine Herausforderung ist, eine vielfältige Gruppe kontinuierlich zu motivieren, entwickelt das HWH-Team stets kreative Wege, Menschen bei jedem Wetter zusammenzubringen. Nachfolgend einige Highlights aus dem Jahr 2024.

Wir haben auch weiterhin unsere jährliche Teilnahme am World Cleanup Day fortgesetzt. Die Mitarbeiter haben sich zusammengetan, um die Umgebung unseres Hauptsitzes in Krimpen aan den IJssel zu säubern. Im Jahr 2024 sammelten wir 38,7 kg Müll, fast 50 % weniger als im Vorjahr. Obwohl unser Einsatz weiterhin hoch war, deutet dieser Rückgang darauf hin, dass unsere Nachbarschaft mit der Zeit sauberer wird – ein positiver Trend, zu dem wir stolz beitragen.



- Geheime Valentinstagsbotschaften und süße Leckereien unter Kollegen
- Eine Ostereiersuche im Büro, begleitet von einem gemeinsamen Osteressen (und ja, noch mehr Leckereien)
- Ein neuer Picknicktisch wurde in der Zentrale für Mittagessen und Zusammenkünfte im Freien aufgestellt
 - Ein Lagerhaus-Lasertag Event
 - Ein Büro-EM-Pool
- Eine festliche und traditionelle niederländische „Schoentjezetten“-Aktivität, abgerundet mit handgefertigten Schuhen und süßen Leckereien
- Betriebsausflug in den Freizeitpark Efteling und Jahresabschlussessen



Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette

Im Jahr 2024 haben wir alle unsere Lieferanten gebeten, die Einhaltung unseres Lieferantenkodex zu bestätigen und so die Übereinstimmung mit unseren ESG-Standards, einschließlich der Einhaltung aller Menschenrechte, sicherzustellen. Bis zum Jahresende erreichten wir eine Konformitätsquote von 93 %. Im Rahmen unserer Due-Diligence-Prüfung haben wir ausgewählte Lieferanten in Europa und Asien überprüft. Ziel dieser Besuche war es, die Ausrichtung unserer Grundwerte zu stärken. Sie umfassten Vor-Ort-Inspektionen und Mitarbeitergespräche, um die Arbeitsbedingungen und die Behandlung der Mitarbeiter besser zu verstehen. Wir freuen uns, berichten zu können, dass bei diesen Überprüfungen keine Unregelmäßigkeiten oder Verstöße festgestellt wurden.

Um die kontinuierliche Kontrolle aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die reisebedingten Emissionen zu minimieren, planen wir die Einführung regelmäßiger Lieferantenbefragungen zur Fernüberwachung der sozialen Leistung.

Partner-Angebote

Unsere Lieferanten zählen zu unseren wichtigsten Partnern in der Wertschöpfungskette und pflegen Beziehungen von Asien bis Europa. Wir legen Wert auf langfristige Zusammenarbeit. Im Jahre 2024 beträgt die durchschnittliche Partnerschaftsdauer mit unseren wichtigsten Lieferanten im Durchschnitt mehr als neun Jahre. Wir wollen diese langfristigen Beziehungen weiter ausbauen.

Zusätzlich zu unseren Lieferanten arbeiten wir mit mehreren wichtigen Partnern zusammen, um unsere Umweltauswirkungen zu verbessern und Teil einer Gemeinschaft zu sein, die positive Veränderungen fordert:



Ecochain ist seit 2016 unser Partner und unterstützt uns bei der Messung der Umweltauswirkungen unserer Produkte. Im Rahmen dieser Partnerschaft haben wir 109 Umweltdatenblätter und 15 Umweltproduktdeklarationen (EPDs) entwickelt. Wir planen weiterhin Umweltdatenblätter für neue Produkte zu erstellen und bestehende zu aktualisieren. Derzeit planen wir keine Überarbeitung der EPDs.



B Corp ist sowohl eine Zertifizierung als auch eine Gemeinschaft von Unternehmen, die sich zu hohen sozialen und ökologischen Leistungen verpflichten und vom Wunsch getragen sind, Gutes zu tun. Bis Ende 2025 werden wir erneut zertifiziert. Zur Vorbereitung haben wir ein B-Team mit Vertretern aller Abteilungen gebildet, um gemeinsam wichtige Bereiche anzugehen, mehr Mitarbeiter in den Prozess einzubinden und ein stärkeres Verantwortungsbewusstsein im Team zu fördern.



EcoVadis ist eine Plattform, die die Nachhaltigkeitsbemühungen von Unternehmen in vier Schlüsselbereichen bewertet: Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. In diesem Jahr sind wir der Plattform auf Kundenwunsch beigetreten und wurden Anfang 2025 mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Unser Ziel ist es, im nächsten Bewertungszyklus mindestens eine Goldmedaille zu erreichen.

Verbraucher und Endnutzer

Ergonomie ist der Kern unserer Produkte und Dienstleistungen. Im Jahr 2024 absolvierte unser gesamtes Vertriebsteam eine umfassende interne Schulung durch zertifizierte Ergonomie-Spezialisten. Darüber hinaus haben wir unsere Verfahren zur Nutzereinbindung erweitert und durch Umfragen mehr direktes Feedback eingebracht, um die Arbeitsgewohnheiten der Nutzer und die Auswirkungen unserer Produkte auf ihr Wohlbefinden besser zu verstehen.

Wir verfolgen nun einen zielgerichteteren Ansatz bei Werbematerialien und Kundenbindung und setzen bei allen Werbeartikeln auf biobasierte Alternativen und recyceltes PET. Statt einmaliger Werbegeschenke konzentrieren wir uns auf interaktive, zielorientierte Erlebnisse, wie zum Beispiel Baumpflanzaktionen und die Verteilung von B Corp-zertifizierten Produkten. Im Jahr 2024 führten diese Bemühungen zur Pflanzung von 16 Bäumen im Namen unserer Besucher. Darüber hinaus wollten wir den Abfall an unseren Veranstaltungsständen minimieren, indem wir Standdesigns wiederverwenden, Druckmaterialien reduzieren und zweckgebundene Getränke wie Roze Bunker-Sirup anbieten, die ebenfalls die Kreislaufwirtschaft fördern.

Im Kundenservice sind wir stolz auf unsere Reaktionsschnelligkeit und Zuverlässigkeit. Wir bemühen uns, Kundenanfragen innerhalb von 48 Stunden, in den meisten Fällen sogar innerhalb von 24 Stunden, zu beantworten. Unsere Trustpilot-Bewertung von 4,8 und ein Net Promoter Score (NPS) von 66 spiegeln die engen Beziehungen und die hohe Kundenzufriedenheit wider, die wir mit unseren Kunden aufgebaut haben.



Gemeinschaftsprojekte

Um das gesellschaftliche Engagement zu fördern, bieten wir jedem Mitarbeiter einen bezahlten Tag pro Jahr an, um sich ehrenamtlich für eine Wohltätigkeitsorganisation oder einen Zweck seiner Wahl zu engagieren. Im Jahr 2024 beteiligten sich 16 Mitarbeiter an dieser Initiative, was 38 Stunden entspricht. Das sind zwei Stunden weniger als im Jahr 2023. Ein Höhepunkt war die ehrenamtliche Tätigkeit im Repair Café Vlaardingen, die den Geist der gesellschaftlichen Unterstützung unterstreicht, den wir mit der Eröffnung unseres eigenen Repair Cafés im Jahr 2023 gefördert haben.

Darüber hinaus organisierten wir einen Walk@Work-Marathon, um Spenden für die Jugend zu sammeln (Educatie Fonds), eine Stiftung, die sich für Chancengleichheit von Kindern in der Bildung einsetzt und gleichzeitig das Bewusstsein für die Bedeutung von Bewegung am Arbeitsplatz schärft. Während der Veranstaltung liefen und trainierten unsere Mitarbeiter abwechselnd zwölf Stunden lang ununterbrochen auf einem Walkolution-Laufband. Die Initiative bündelte die Unterstützung unserer Kunden und der breiten Öffentlichkeit und brachte erfolgreich 715 € für den guten Zweck ein.

Wir prüfen derzeit Partnerschaften mit lokalen Wohltätigkeitsorganisationen, um langfristige Kooperationen aufzubauen. Durch den Aufbau engerer Beziehungen zu Organisationen in unserer Nachbarschaft wollen wir nicht nur unseren Einfluss in der Gemeinde stärken, sondern unseren Mitarbeitern auch die Suche nach sinnvollen Möglichkeiten zur ehrenamtlichen Mitarbeit erleichtern.

Im Sinne der Zusammenarbeit haben wir ergonomische Möbel aus der Zeit vor unserer Renovierung über LinkedIn verschenkt und funktionalen Gegenständen so ein zweites Leben gegeben. Der Empfänger, Studio Wae, ein Hersteller von Kreislaufpflaster, der Abfallmaterialien wiederverwertet, schenkte uns außerdem seine Kreislaufpflasterprodukte, die jetzt in unserem Büro verwendet werden.

Schließlich arbeitete unser Produktentwicklungsteam mit der Hogeschool Rotterdam zusammen und lud zwei Studentengruppen zur Designbewertung ein, die sich auf die Entwicklung praktischer Arbeitsplatzlösungen konzentrierten. Der Austausch trug dazu bei, die Ausbildung zu unterstützen, praktische Erfahrungen zu sammeln und gleichzeitig neue Ideen für uns zu entwickeln.

Fortschritt und zukünftige Ziele

Zusätzlich zu den in diesem Abschnitt genannten Aspekten haben wir auch unsere Ziele für 2025 wie unten gezeigt aktualisiert.

Ziele für 2025

Gemeinschaftsprojekte

- Wir erhöhen die Gesamtzahl der ehrenamtlichen Stunden um 20 % und bauen eine langfristige Partnerschaft mit mindestens einer lokalen Organisation auf.
- Wir erweitern die Bemühungen um Sachspenden, indem wir klare Kommunikationskanäle für Vorschläge von Mitarbeitern, Händlern und relevanten Partnern schaffen.

Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette

- Wir erreichen eine 100-prozentige Implementierung der aktualisierten Lieferantenauswahlkriterien bei allen neuen Lieferanten.
- Wir stellen sicher, dass mindestens 80 % der Neuproduktentwicklungen ein dokumentiertes Benchmarking mit lokalen Lieferanten im Umkreis von 80 km beinhalten.

Verbraucher und Endnutzer

- Wir streben einen Net Promoter Score (NPS) von 75 und eine Trustpilot-Bewertung über 4,7 an.
- Wir integrieren ergonomische Schulungen in alle Verkaufsschulungsprogramme unserer Vertriebsteams.
- Wir werden sicherstellen, dass 100 % der Werbeprodukte aus recycelten oder umweltfreundlichen Materialien hergestellt sind.
- Wir streben eine Rücklaufquote von 90 % bei Benutzerumfragen an, die innerhalb von sechs Monaten nach der Produkteinführung durchgeführt werden.

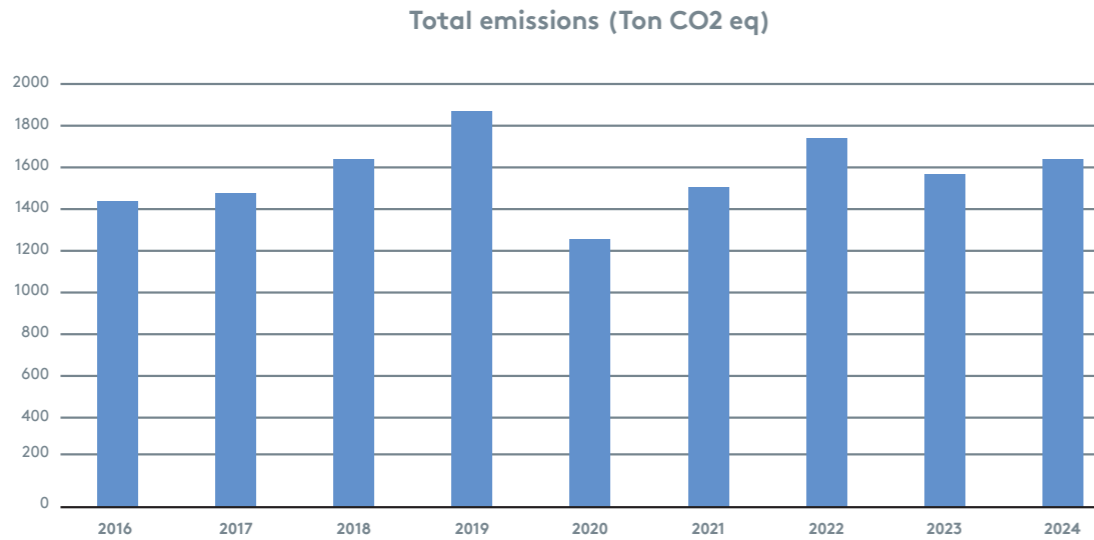




Dieser Abschnitt bietet einen Überblick über unsere Umweltinitiativen und hebt unsere Fortschritte bei der Reduzierung der Scope-1-, 2- und 3-Emissionen sowie unser anhaltendes Engagement für die Förderung einer Kreislaufwirtschaft hervor.

Klimawandel

Fast alle (99,85 %) unserer Emissionen im Jahr 2024, insgesamt 1.642,22 t CO₂-Äquivalent, stammten aus dem Bereich Scope 3, hauptsächlich aufgrund von Lieferkettentätigkeiten. Der Gesamtanstieg der Emissionen in diesem Jahr war größtenteils auf Geschäftsreisen und Pendelverkehr zurückzuführen, die in den folgenden Abschnitten näher erläutert werden.



* Nach einer Aktualisierung unserer Emissionsberechnungsreferenzen wurde unser Gesamtwert für 2023 von 1.425,41 t CO₂-Äquivalent auf 1.574,27 t CO₂-Äquivalent korrigiert. Wir haben den gesamten Betrag der ursprünglichen Berechnung im Jahr 2024 kompensiert, bevor wir die Berechnungsreferenzen aktualisiert haben.

Emissionskompensation und strategischer Wandel

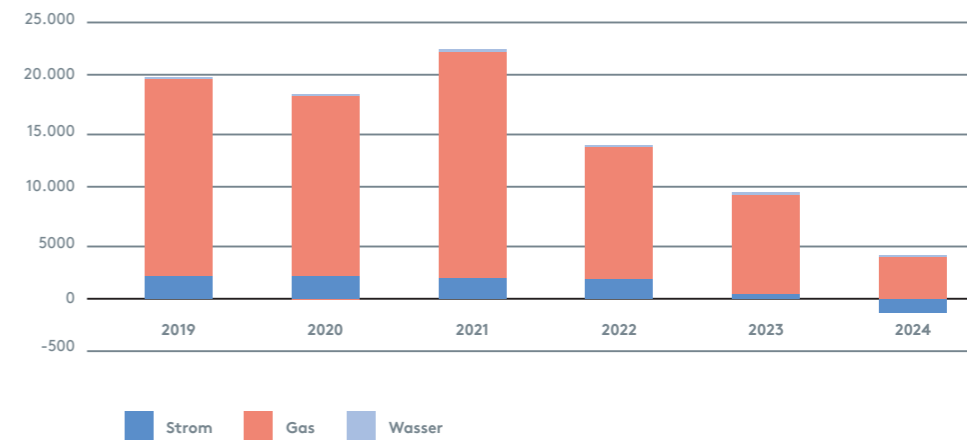
Seit 2020 arbeiten wir mit Trees for All zusammen, um unsere Emissionen der Bereiche Scope 1, 2 und 3 durch Baumpflanzaktionen in Indonesien zu kompensieren. In den letzten fünf Jahren konnten durch diese Zusammenarbeit insgesamt 7.583,48 t CO₂-Äquivalent kompensiert werden.

Nachdem wir fünf Jahre lang unsere Emissionen durch Baumpflanzungen ausgeglichen hatten, pausierten wir unsere Kompensationsstrategie im Jahr 2024, um uns auf direkte Reduktionen an der Quelle zu konzentrieren. Während sich diese neue Strategie noch in der Entwicklung befindet, tragen wir weiterhin die volle Verantwortung für die im Jahr 2024 entstandenen Emissionen. Diese werden wir bei der Festlegung unserer nächsten Schritte berücksichtigen.

Scope 1 und 2

Die Emissionen des Geltungsbereichs Scope 1 resultierten hauptsächlich aus der Nutzung von Gas und Wasser, während die Emissionen des Geltungsbereichs Scope 2 unseren Stromverbrauch widerspiegeln. Die Emissionen der Scope-1- und Scope-2-Kategorien beliefen sich im Jahr 2024 auf insgesamt 2,46 t CO₂-Äquivalent, was einer Reduzierung um 98 % gegenüber 2019 entspricht. Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf die Renovierung unseres Hauptsitzes und die Installation von 100 kW Solarmodulen zurückzuführen. Wir haben mehr erneuerbaren Strom erzeugt als wir verbraucht haben und 9.236 kWh ins Netz eingespeist.

Scope 1 & 2 Emissionen (kg CO₂-Äquivalent)



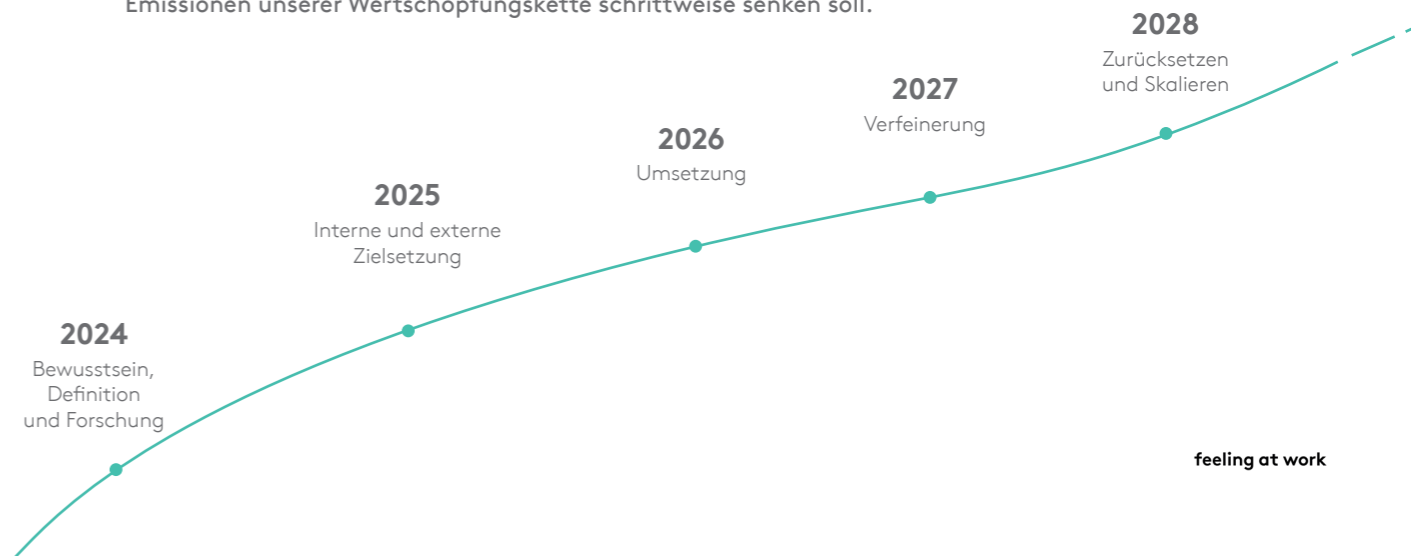
Scope 3

Scope-3-Emissionen umfassen indirekte Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette, einschließlich der Emissionen aller Vorlieferanten, Geschäftsreisen, Pendelverkehr der Mitarbeiter und Abfall. Da Scope 3 für fast alle unsere Emissionen verantwortlich ist, bleibt dies unsere oberste Umweltpriorität.

Zulieferketten

Wir arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen, um die für die Berechnung der Produktemissionen erforderlichen Daten mithilfe von Ecochain zu erfassen.

Um unsere Lieferkette noch stärker an unseren Umweltzielen auszurichten, haben wir einen fünfjährigen Nachhaltigkeitsfahrplan für Lieferanten eingeführt, der unsere Lieferanten auf ihrem Weg zu nachhaltigeren Betriebsabläufen unterstützen und die Emissionen unserer Wertschöpfungskette schrittweise senken soll.

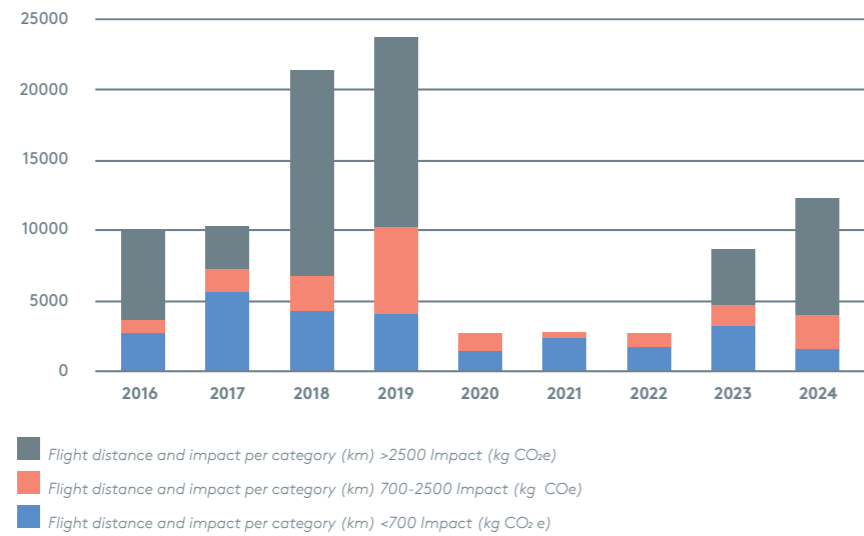


Im Jahr 2024 haben wir begonnen, uns mit unseren wichtigsten Lieferanten hinsichtlich Emissionsdaten, EU-Nachhaltigkeitszielen und regionalen Vorschriften abzustimmen. Im Jahr 2025 werden wir gemeinsam maßgeschneiderte Ziele festlegen, die sowohl mit unserer Roadmap als auch mit den lokalen Gesetzen übereinstimmen, um Umsetzungshürden zu reduzieren.

Geschäftsreisen und Pendeln der Mitarbeiter

Die Emissionen aus Geschäftsreisen stiegen 2024 um 74 %, hauptsächlich aufgrund der Ausweitung unseres Vertriebsgebiets und einer Lieferanten-Auditreise nach Asien. Obwohl die meisten Fahrten mit Elektrofahrzeugen durchgeführt wurden, stiegen die Emissionen dennoch deutlich. Um zukünftige Auswirkungen zu mildern, werden wir persönliche Audits mit virtuellen Bewertungen verbinden.

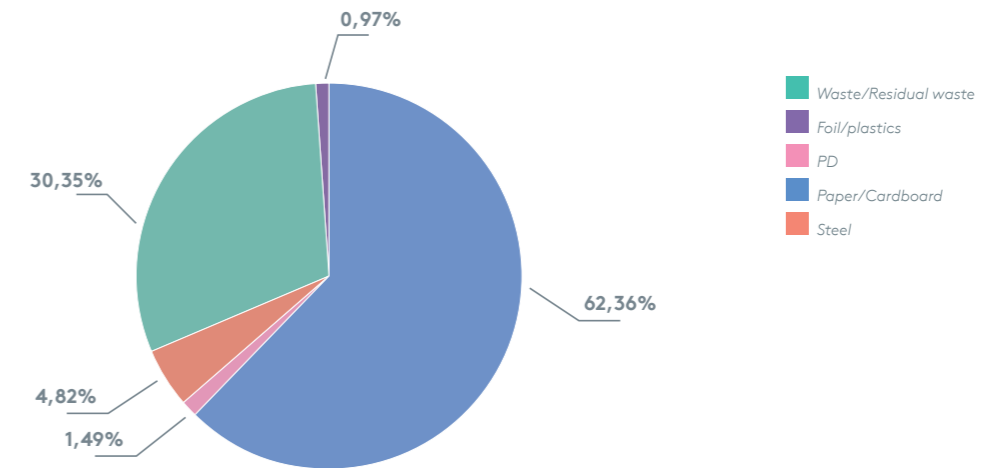
Emissionen von Geschäftsflügen pro Jahr (kg CO₂-Äquivalent)



Beim Pendeln beobachteten wir eine Veränderung: Einige Mitarbeiter zogen weiter von unserem Hauptsitz weg oder stiegen aus persönlichen Gründen vom Fahrrad auf öffentliche Verkehrsmittel oder das Auto um. Trotz bestehender Anreize für nachhaltiges Pendeln bleibt noch viel zu tun, um Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel für unser Team attraktiver und zugänglicher zu machen.

Abfallstrom

Im Jahr 2024 erzeugten wir 15.391 kg Abfall, ein Rückgang von 29 % gegenüber 2023, hauptsächlich aufgrund des Wegfalls von renovierungsbedingtem Abfall. Der Kunststoffabfall nimmt weiter ab, da wir erneuerbare Verpackungen, einschließlich der neuen Produktkollektion Power, ausbauen.



Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Im Jahr 2024 haben wir die Produktdesignprinzipien fertiggestellt und integrieren diese weiterhin in unsere Designs.

Unsere Produktdesignprinzipien sind:



Kreislaufprogramm

Seit 2022 konzentriert sich unser Kreislaufprogramm auf die Aufarbeitung zurückgegebener Produkte statt auf Recycling. Im Jahr 2024 haben wir 30 Monitorarme aufgearbeitet. Die Teilnahme bleibt eine Herausforderung, und wir wollen das Kundenengagement und die Nachfrage steigern, indem wir das Programm im kommenden Jahr mit einem aktualisierten Ansatz neu auflegen.

Produkte aus zweiter Hand

Im Jahr 2024 verkauften wir 50 Second Chance-Produkte – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Dies ist der proaktiven Werbung unseres Vertriebsteams zu verdanken, das deren Erschwinglichkeit und Umweltvorteile betonte. Darüber hinaus stellte unser Support-Team in diesem Jahr 33 Kunden fehlende Ersatzteile zur Verfügung und trug so dazu bei, unnötige Ersatzlieferungen zu vermeiden. Durch die Verlängerung der Produktlebenszyklen wollen wir Ressourcen schonen und durch nachhaltigere Lösungen weiterhin Mehrwert schaffen.

Gespendete Produkte

Seit 2020 unterstützen wir mit Sachspenden, indem wir unsere Produkte für wohltätige Zwecke zur Verfügung stellen. So geben wir der Gesellschaft etwas zurück und helfen gleichzeitig Organisationen, von den ergonomischen Gesundheitsvorteilen unserer Produkte bei der Arbeit am Computer zu profitieren.

Trotz unserer Bemühungen, mehrere Wohltätigkeitsorganisationen und NGOs zu erreichen, konnten wir 2024 keine geeigneten Spendenempfänger finden. Um den Zugang zu verbessern, werden wir ein sichtbares Anfrageformular auf unserer Website erstellen und Mitarbeiter und Handelspartner dazu ermutigen, entsprechende Spendenvorschläge zu machen.

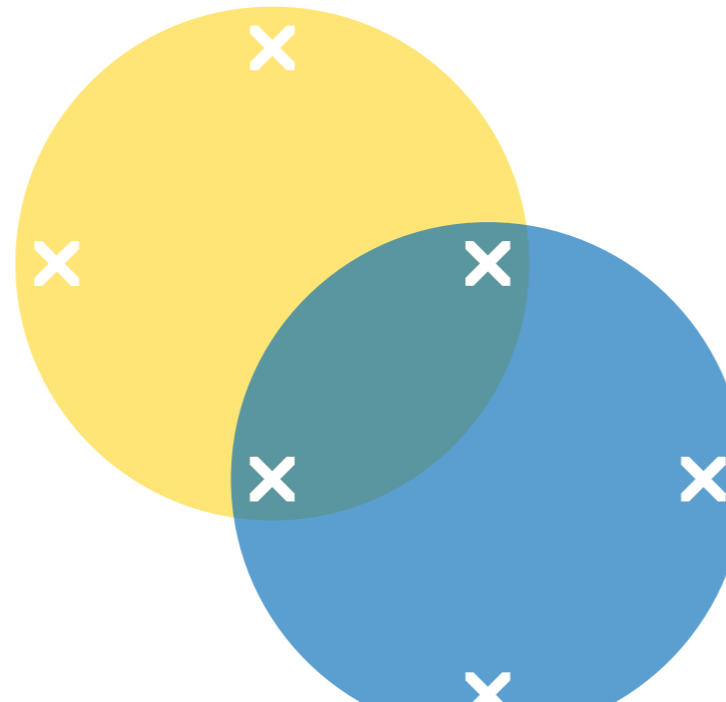
Wenn Sie eine gemeinnützige Organisation sind, die Ihren Arbeitsplatz modernisieren möchte, kontaktieren Sie uns unter info@dataflex-int.com.

Fortschritt und zukünftige Ziele

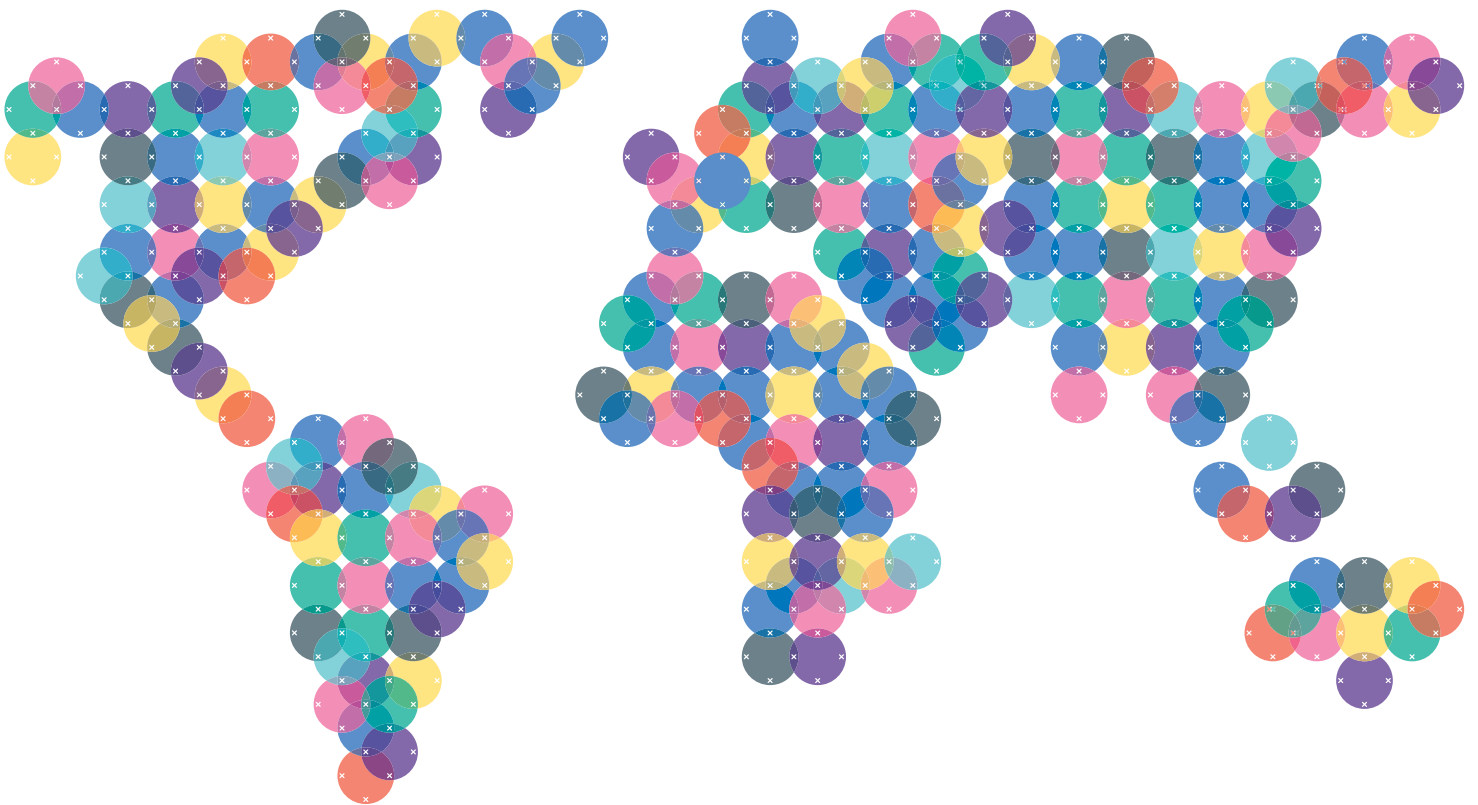
Unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen haben sich dank früherer Investitionen stabilisiert. Zukünftig konzentrieren wir uns auf den Bereich Scope 3, welches eine langfristige Zusammenarbeit entlang unserer Wertschöpfungskette erfordert.

Ziele für 2025

- Wir planen die B Corp-Rezertifizierung.
- Wir streben mindestens die Goldmedaille von EcoVadis an.
- Wir sorgen für eine giftfreie Lieferkette über alle Produktlinien hinweg.
- Wir entwickeln eine neue Klimastrategie, die den bisherigen Ansatz der CO₂-Neutralität ersetzt und sich auf die tatsächliche Emissionsreduzierung konzentriert.
- Wir halten die Scope 1- und 2-Emissionen, unabhängig vom Unternehmenswachstum, auf dem aktuellen Niveau oder darunter.
- Wir arbeiten mit Lieferanten zusammen, um Emissionsreduktionsziele für Scope 3 festzulegen.
- Wir stellen sicher, dass die Produktkomponenten den Kreislaufwirtschaftsstandards entsprechen. Sie müssen leicht zugänglich, reparierbar, austauschbar und wieder aufbereitbar sein und unsere Kreislaufwirtschafts-Checkliste bestehen.



Wir sind international



Dataflex International BV
T +31 180 530 751
info@dataflex-int.com

Dataflex Benelux BV
T +31 180 530 750
info@dataflex.nl

Dataflex Deutschland GmbH
T +49 211 1760 7610
info@dataflex.de

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

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

Dataflex UK
T +31 180 530 751
info@dataflex-int.com

Dataflex España y Portugal
T +34 654 76 00 52
info@dataflex-int.com

Dataflex Polska
T +48 533 362 466
info@dataflex-int.com