

MVO-verslag 2022/2023



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
MVO-VERSLAG 2022/2023	
01 Voorwoord	3
Beste Lezers!	3
02 Profiel Frans Muller Benelux	4
SDG profiel Frans Muller Benelux	4
Werken aan onze missie en visie	4
03 Interne bedrijfsvoering	6
Interne bedrijfsvoering	6
04 Leveranciers	9
05 Markt	11
Markt	11
06 Kerncijfers	13
Duurzame bedrijfsvoering	13
CO ₂ -grafiek	14

01 Voorwoord



Met trots presenteren wij u het allereerste duurzaamheidsverslag van Frans Muller Benelux, waarin we met enthousiasme onze inspanningen op het gebied van duurzaamheid gedurende de periode 2022/2023 met u delen.

Dit verslag is mede tot stand gekomen door onze deelname aan het [Koploperproject](#). Duurzaamheid stond bij ons al hoog op de agenda vanuit onze intrinsieke motivatie, maar dankzij deelname aan dit project vielen alle puzzelstukjes op hun plek. Het Koploperproject heeft ons meer inzicht en bewustzijn opgeleverd over het effect van onze bedrijfsvoering op milieu, sociale verantwoordelijkheid en economische prestaties. De inzichten uit het project hebben ons in staat gesteld om onze duurzaamheidsstrategie, gebaseerd op ISO 26000 en de Sustainable Development Goals (SDG's), te ontwikkelen en verbeteringen door te voeren.

De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) richtlijn is op ons bedrijf (nog niet) van toepassing, maar wij hebben er toch voor gekozen om dit al te integreren in onze bedrijfsstrategie zodat we de verantwoording nemen en hiermee de transparantie in de keten bevorderen.

We zijn er trots op dat we u kunnen laten zien welke resultaten we hebben behaald en welke stappen we nog gaan zetten. We hopen hiermee anderen een duwtje in een duurzame richting te geven en letterlijk een Koploper te zijn in het bevorderen van een positieve verandering binnen de schoenenbranche en daarbuiten.

Namens het hele team, veel leesplezier!

02 Profiel Frans Muller Benelux

SDG profiel Frans Muller Benelux



Vanuit het Koploperproject is er een DuOn-scan uitgevoerd, gebaseerd op internationaal geaccepteerde inzichten en richtlijnen, met name ISO 26000. Het resultaat van de DuOn-Scan is een compleet Duurzaamheidsprofiel van het bedrijf. Ook is een score opgenomen voor de [Sustainable Development Goals](#) (SDG's). Door de Verenigde Naties vastgesteld als de nieuwe mondiale duurzame ontwikkelingsagenda voor 2030. Ze worden gepromoot als de wereldwijde doelstellingen voor duurzame ontwikkeling.

Uit de DuOn-Scan kwam bovenstaande score, waarbij we op de sociale en economische thema's op dit moment iets hoger scoren dan op de milieuthema's.

Werken aan onze missie en visie

Frans Muller Benelux is een familiebedrijf. Het verhaal van Frans Muller Benelux begint in 1853 met Jan Muller, die als schoenmaker een firma start in de Oosterstraat in Groningen. Vele jaren later is nu de zesde generatie aan het roer. De focus van het bedrijf is verschoven van schoenmakerijen naar schoenenretail, maar de missie en visie is altijd hetzelfde gebleven en zit in onze slogan verweven: We care for shoes.

Als familiebedrijf is continuïteit voor ons het allerbelangrijkste. Keuzes worden daarom altijd gemaakt vanuit een lange termijn visie en met het oog op de toekomst. Met als belangrijkste doel het overdragen van een rendabel bedrijf aan de volgende generaties. Dit zorgt bijna per definitie voor een duurzaam bedrijf.

Onze visie gaat verder dan alleen het aanbieden van hoogwaardige producten; we zetten ons in voor duurzame schoenverzorging. Wij geloven dat ware luxe hand in hand gaat met verantwoordelijkheid en streven ernaar om milieubewuste verzorgingsproducten te bieden aan liefhebbers van kwaliteitsschoeisel. Als exclusieve distributeur van premium schoenverzorgingsmerken in de Benelux, richten wij ons op het versterken van onze positie als een betrouwbare partner voor duurzame schoenverzorging. Onze toewijding ligt in het aanbieden van producten die niet alleen de levensduur en uitstraling van elke schoen verbeteren, maar ook voldoen aan strikte duurzaamheidsnormen. Door te innoveren in eco-vriendelijke materialen en verpakkingsooplossingen willen wij bijdragen aan een schonere en groenere toekomst voor de schoenenindustrie.

We onderscheiden drie sporen waarlangs we aan ons MVO-beleid werken:

1. Interne bedrijfsvoering
2. Leveranciers
3. Markt

03 Interne bedrijfsvoering

We zijn in 2023 begonnen met het invullen van de Milieubarometer om onze CO₂- en milieu-impact in kaart te brengen. [Bekijk hier de kerncijfers](#). Dit online monitoringsinstrument geeft ons inzicht welke thema's de meeste impact hebben, bijvoorbeeld elektriciteit of zakelijk verkeer. Op basis van de nulmeting met gegevens van 2022 hebben we doelstellingen en geplande acties opgesteld. Jaarlijks vullen we opnieuw de Milieubarometer in om de voortgang te bewaken.

Zakelijk verkeer en woon-werk verkeer

Zakelijk verkeer veroorzaakt het merendeel van onze milieu-impact, namelijk 73 ton (53%). Daarvan komt 60% voor rekening van benzineauto's, 33% van dieselauto's en 3,4% van elektrische auto's. Met de meeste van onze klanten werken we sinds jaar en dag samen. Wij hechten veel waarde aan goede relaties en we zijn van mening dat persoonlijk contact niet altijd te vervangen is door digitaal contact. Met een Benelux bedrijf is het daarom vanzelfsprekend dat onze medewerkers van de buitendienst vele kilometers afleggen. Op het aantal kilometers willen we geen beperking opleggen. Wel willen we ons wagenpark de komende jaren goed onder de loep nemen. Als concrete doelstelling hebben we geformuleerd dat we de milieubelasting van het zakelijk verkeer willen reduceren van 54% in 2022 naar 35 % in 2025.

Het aandeel autokilometers in het woon-werkverkeer is relatief ook vrij hoog, 19 ton (14%). Dat heeft ook te maken met de relatief ongunstige ligging van het bedrijfspand voor OV en fiets.

Energie

Wij hebben op het dak van ons kantoorpand en magazijn zonnepanelen liggen. Het aandeel van de zelf opgewekte elektriciteit op het totale stroomverbruik is 22%. De eigen opgewekte stroom vullen we aan met ingekochte groene stroom van Green Choice, waarbij we elektriciteit afnemen dat wordt opgewekt uit hernieuwbare energiebronnen zoals wind, zon, biomassa. Het aandeel hernieuwbare energie op het totale energieverbruik is 33%, vanwege de zelf opgewekte stroom plus de inkoop van groene stroom. Dit maakt ons elektriciteitsverbruik per vloeroppervlak aanzienlijk lager dan dat van de benchmark.

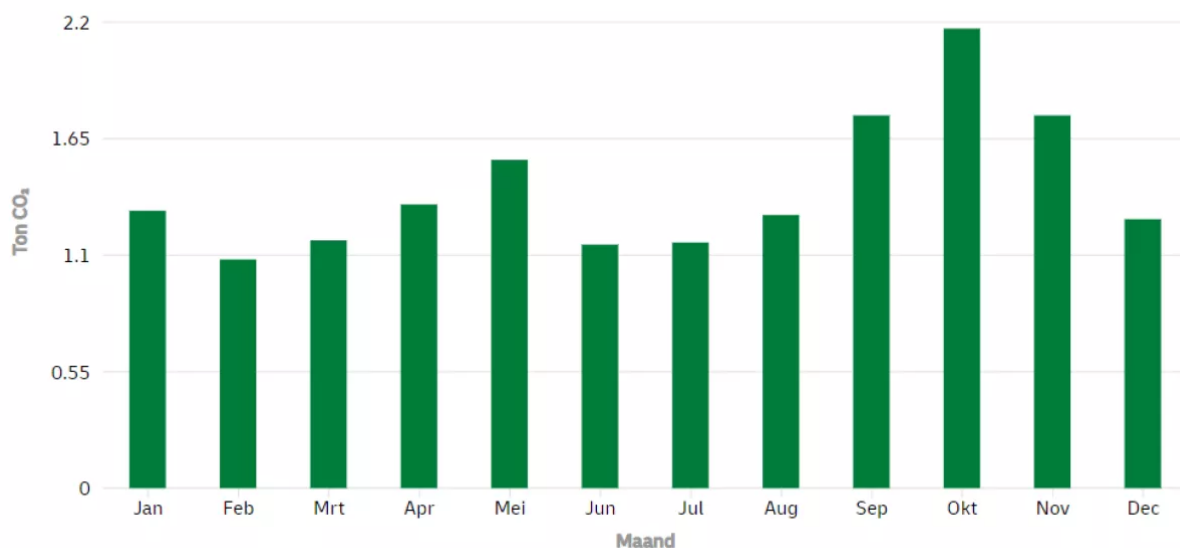
Het aardgasverbruik (brandstof & warmte) levert een bijdrage van 13%. Het verbruik per m3 gebouwinhoud is gemiddeld hoog ten opzichte van de benchmark. Wel wordt de uitstoot hiervan gecompenseerd via de inkoop van groen gas. We hebben als doel gesteld dat we ons aardgasverbruik willen reduceren van 13% in 2022 naar 8 % in 2024.

Dit willen we realiseren door besparingsmaatregelen te nemen zoals het plaatsen van een snelloopdeur in het magazijn voor een optimale klimaatregeling en het kantoor verwarmen met airconditioning in plaats van met de cv-ketel.

Transport

Voor al ons goederenvervoer (uitbesteed pakketvervoer) werken we samen met DHL. DHL streeft ernaar om de CO₂-uitstoot tot een minimum te beperken. Tot ze volledig emissievrij bezorgen, compenseren ze hun uitstoot. Hier zijn ze heel transparant in. Via hun rapportage tool kunnen we per dag inzien hoeveel CO₂ er voor ons verbruik is gecompenseerd.

Uw CO₂-compensatie



Duurzaam inkopen en verpakkingen van gerecycled materiaal

Onze bestellingen worden verstuurd in omdozen van gerecycled karton. Ter bescherming worden omdozen opgevuld met luchtkussenzakjes die dienen als stootkussen om klappen op te vangen tijdens transport. De luchtkussenzakjes zijn ook geproduceerd van 100% gerecycled plastic. We hebben bewust gekozen voor luchtkussenzakjes, in plaats van andere opvulmaterialen zoals bijvoorbeeld kartonnen shreddermatten of snippers, zodat dit onze klanten gemak geeft. Ze hoeven hierdoor geen afval te scheiden en het scheelt ze opslagruimte.

Goede werksfeer

Een goede werksfeer is essentieel bij Frans Muller Benelux. Als een echt familiebedrijf betaamt creëren we graag een soort gemoedelijkheid, huiselijkheid en familiesfeer. De lijnen zijn kort en we willen graag het gevoel creëren dat iedereen erbij hoort, ongeacht je functie. Er zijn goede afspraken met de medewerkers over ethisch gedrag in het personeelshandboek en er zijn twee interne vertrouwenspersonen aanwezig.

Gezonde werkplek

Vitale en fitte medewerkers dragen bij aan een gezonde organisatie. Wij doen al jaren mee aan de bedrijvenloop van het hardloopevent 4 Mijl. Daarnaast zijn we een gezondheidsprogramma gestart, waarbij we medewerkers met beloningen stimuleren om meer te bewegen. Middels een persoonlijke gezondheidscheck krijgen ze meer inzicht in hun fysieke, mentale en emotionele gezondheid. Om even te ontsnappen aan de drukte van het dagelijks leven hebben we een vakantiehuisje ter beschikking gesteld.

04 Leveranciers

We doen natuurlijk wat we kunnen, maar als we écht impact willen maken moeten we dit samendoen met onze leveranciers en klanten. Wij werken sinds jaar en dag samen met veelal dezelfde leveranciers. Deze trouwe partners (99,5% uit Europa) hebben een lange historie in het maken van ambachtelijke kwaliteitsproducten en hebben duurzaamheid tevens hoog op de agenda staan. Onze lange geschiedenis met deze bedrijven zorgt ervoor dat wij goed het gesprek hierover kunnen voeren en dat wij veel inhoudelijke kennis hebben over het productieproces en beleidszaken. Onze twee grootste merken zijn Collonil en Pedag, beiden uit Duitsland.

Collonil

Vanaf 1950 voorziet Collonil ons van hoogwaardige schoen- en leerverzorging in de vorm van onder andere shoe creams, sprays en pompflacons. Collonil is, net als de hele industriële sector, onderhevig aan de vele veranderingen op het gebied van strenge wet- en regelgeving en het winnen van grondstoffen. Collonil loopt altijd erg op de feiten vooruit en is vaak een van de eerste die zich daarin weet aan te passen. Dit komt mede omdat ze in een woonwijk in Berlijn zijn gevestigd en daar strengere regels gelden voor productie dan op een industrieterrein. Bovendien zijn de Duitse productieregels streng op vele aspecten. Sinds 2019 zijn ze officieel gecertificeerd door het "German Institute for Sustainability and Economy" omdat ze voldoen aan alle aspecten rondom het milieu, productieproces, inclusiviteit, energie en verpakkingsmaterialen.



Pedag

Pedag is een specialistische producent op het gebied van inlegzolen en heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan. Vroeger was de productie gelokaliseerd in Berlijn, maar na de val van de Berlijnse muur is Pedag verhuisd naar het voormalig Oost-Duitsland in een nieuw gebouwde fabriek. Ze zochten een locatie waar meer productieruimte beschikbaar was, maar de voornaamste reden voor de verhuizing was om te produceren in de voormalige DDR waar de werkloosheid hoog was. Daarmee zit het sociale karakter met goede arbeidsomstandigheden in het DNA van het bedrijf. Nog steeds hebben ze opleidingsprogramma's voor mensen tot een achterstand op de arbeidsmarkt, maar ook een eigen sportschool en een diëtist om medewerkers gezond te houden en is een deel van het bedrijfsterrein ingericht als beboste tuin met wandelpaden om een gezond en positief werkklimaat te hebben. Pedag maakt hoofdzakelijk gebruik van echt natuurmateriaal zoals katoen, vilt, bamboe of sisal. En ook met vegetable tanned leer als afvalproduct uit de slachtindustrie waarbij geen chroom of andere chemicaliën worden gebruikt. De fabriek is in 2025 volledig energie- en CO2 neutraal. Sinds 2023 zijn alle verpakkingen gemaakt van karton en volledig recyclebaar.

Leveranciers buiten Europa

Buiten Europa beschikken alle leverancier over het BSCI-keurmerk, waarbij je als merk aan een internationaal erkende gedragscode moet voldoen. Dit is een initiatief van bedrijven die zich inzetten voor betere arbeidsomstandigheden in hun wereldwijde toeleveringsketen, met onafhankelijke audits.

Transparantie

Bij alle afspraken met leveranciers is duurzaamheid standaard een agendapunt. We stimuleren duurzame initiatieven vragen naar documentatie binnen de supply chain met informatie over de herkomst van grondstoffen, productieprocessen, arbeidsomstandigheden, milieu-impact en naleving van regelgeving. We hopen hiermee bewustwording te creëren en een meer duurzame en ethische supply chain tot stand brengen.

05 Markt

We hebben als marktleider in onze niche een unieke positie in de schoenenbranche. De grootste impact op duurzaamheid (in positieve zin) hebben wij als wij bewustwording creëren in de totale branche.

Van kwantiteit naar kwaliteit

Het verschuiven van de focus van kwantiteit naar kwaliteit is een belangrijke stap in de richting van een meer duurzame consumptiecultuur. Schoenen van hoge kwaliteit worden vervaardigd met aandacht voor detail en hoogwaardige constructiemethoden. Dit zorgt voor een betere kwaliteit en duurzaamheid, waardoor de schoenen langer meegaan en minder snel verslijten. Daarnaast worden ze ontworpen met het oog op reparatie en onderhoud. Dit betekent dat ze gemakkelijker kunnen worden gerepareerd als ze beschadigd zijn, waardoor de levensduur van de schoenen wordt verlengd. Fabrikanten van duurzame schoenen zijn vaak transparant over hun productieprocessen en zorgen voor eerlijke arbeidsomstandigheden voor werknemers in de toeleveringsketen. Door te kiezen voor duurzame schoenen die aan deze criteria voldoen, kunnen consumenten bijdragen aan een verminderde ecologische voetafdruk.

Voetzorg

Met onze verzorgingsproducten zorgen we dat schoenen langer mooi blijven en langer mee gaan, met onze inlegzolen zorgen we ervoor dat schoenen beter passen en comfortabeler lopen en de schoen zo langer gedragen wordt en mensen er beter op lopen en voorkomen hiermee gezondheidsklachten en ongemakken. Met onze accessoires zorgen we er bij voorbeeld voor dat een schoen met een nieuwe veter opnieuw meekan of kan worden opgeleukt met een ander kleurtje en zo weer “on trend” is. Maar ook met onze schoenspanners dat ze op de juiste spanning staan en het materiaal geen (loop)plooien ontwikkelt waarop een schoen voortijdig slijt. Cederhouten spanners, maar ook shoedeo's, zorgen ervoor dat het juiste schoen“klimaat” ontstaat en er geen vochtig klimaat blijft waar bacteriën op groeien (en daarmee onaangename geurtjes en potentiële voetklachten worden voorkomen/geëlimineerd). Door dit actief onder de aandacht te brengen bij de aankoop van een paar schoenen bij een van onze aangesloten retailers, zorgen we ervoor dat de schoenen en de voeten langer mooi blijven en langer mee gaan.

Campagnes

Het veranderen van de schoenenbranche naar een meer duurzame en ethische sector vereist een collectieve inspanning van alle belanghebbenden. Samen met een aantal bekende premium schoenen merken hebben we de handen ineen geslagen om onze crossmediale Carbon Pro campagne naar een nóg hoger niveau te tillen. In deze campagne heeft de vuil- en waterafstotende spray Carbon Pro van Collonil de hoofdrol. Middels een B2B2C strategie met tv-commercials en online advertenties creëren we vraag bij de consument die we vervolgens verwijzen naar de storelocator waar deelnemende schoenenwinkels en grote schoenenketens te vinden zijn. In de campagne zijn schoenen te zien van premium kwaliteit en verkondigen we de boodschap: verduurzaam je schoenen.

Sinds enkele jaren zijn we aangesloten bij de Green Friday beweging. Terwijl consumenten tijdens Black Friday nog steeds verleid worden tot goedkope en snelle aankopen, wordt het tegengeluid hierop steeds luider. Met ludieke acties zetten we samen met retailers acties op zoals ‘schoenpoetsen’ in plaats van schoenen met Black Friday

korting aanbieden.

Scholing

Scholing is een effectieve manier om de kennis en de boodschap van duurzaamheid door middel van schoenverzorging op een persoonlijke en impactvolle manier over te brengen naar klanten. De Shoe Care Academy, onze online trainingstool, bevat verschillende modules zoals materiaalkennis, schoonmaaktechnieken en onderhoudstips. De trainingen op locatie, geleid door Sales Advisors, bieden een waardevolle gelegenheid voor verkooppersoneel om de theoretische kennis in de praktijk toe te passen. Door materialen te testen en praktische demonstraties te geven, kunnen Sales Advisors direct feedback geven en ervoor zorgen dat het verkooppersoneel de juiste vaardigheden ontwikkelt.

(Beleids)beïnvloeding

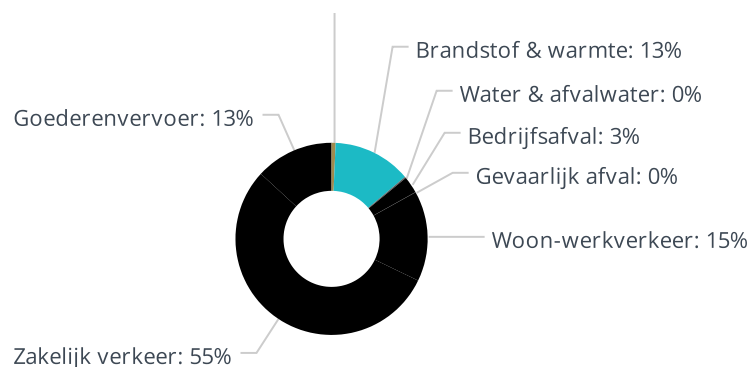
Onze CEO (Rutger Muller) is aangesloten bij verschillende inkoop- en brancheverenigingen. Zo zijn we sinds 2019 partner van MVO Nederland (Het bedrijvennetwerk van duurzame ondernemers om kennis te halen en te brengen en support te geven). Ook zijn we vanuit de branchevereniging en Inretail actief betrokken bij de totstandkoming van UPV-schoenen en om invloed uit te oefenen op de keten.

06 Kerncijfers

Duurzame bedrijfsvoering

Wij streven naar minimale milieubelasting ten gevolge van het werk dat wij uitvoeren. We zijn in 2023 begonnen met het invullen van de Milieubarometer om onze CO₂- en milieu-impact in kaart te brengen. Deze online monitoringsinstrument geeft ons inzicht welke thema's de meeste impact hebben, bijvoorbeeld elektriciteit of zakelijk verkeer. Op basis van de nulmeting met gegevens van 2022 hebben we doelstellingen en geplande acties opgesteld. Jaarlijks vullen we opnieuw de Milieubarometer in om de voortgang te bewaken.

Milieugrafiek



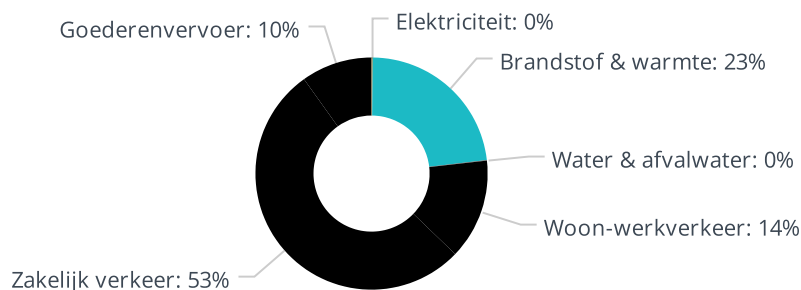
Elektriciteit	0,67	Brandstof & warmte	13	Water & afvalwater	0,22
Bedrijfsafval	2,8	Gevaarlijk afval	0,05	Woon-werkverkeer	15
Zakelijk verkeer	54	Goederenvervoer	13		

Toelichting

Dit figuur geeft een overzicht van de relatieve milieubelasting van de verschillende milieuthema's. Hierbij worden alle milieueffecten meegenomen. De totale milieubelasting is op 100% gesteld. De belangrijkste conclusies zijn:

- Het zakelijk verkeer zorgt voor de grootste milieubelasting, met 54% van het totaal. Daarvan komt 60% voor rekening van de benzineauto's, 33% van de dieselauto's en 3,4% van de elektrische auto's.
- Het woon-werkverkeer is goed voor 15% en het goederenvervoer (uitbesteed pakketvervoer) zorgt voor 13%.
- Het aardgasverbruik (brandstof & warmte) levert een bijdrage van 13%.
- De bijdrage van het elektriciteitsverbruik is heel gering om dat groene stroom wordt ingekocht en omdat een groot deel van het eigen verbruik wordt opgewekt met zonnepanelen.
- Het bedrijfsafval levert een kleine bijdrage met 2,8% van de totale milieubelasting.
- De bijdrage van water & afvalwater en gevaarlijk afval is heel klein.

CO₂-grafiek



Elektriciteit	0,17	Brandstof & warmte	23	Water & afvalwater	0,08
Woon-werkverkeer	14	Zakelijk verkeer	53	Goederenvervoer	9,9

Toelichting

Uitstoot van CO₂ levert een belangrijke bijdrage aan het broeikaseffect. De Milieubarometer berekent nog geen CO₂-uitstoot voor het bedrijfsafval, omdat hiervoor nog geen uniforme emissiefactoren bestaan. De belangrijkste conclusies zijn:

- De totale bruto uitstoot is 137 ton CO₂eq, ofwel 100%.
- Het zakelijk verkeer levert de grootste bijdrage met 73 ton (53%). Het woon-werkverkeer zorgt voor 19 ton (14%) en het goederenvervoer voor 14 ton (10%).
- Het aardgasverbruik draagt bij met 32 ton (23%).
- Het elektriciteitsverbruik veroorzaakt maar een hele kleine uitstoot van 0,2 ton (0,2%). Deze uitstoot komt geheel voor rekening van het aandeel biomassa in de groene stroom.
- De overige bijdragen zijn slechts heel klein.
- De uitstoot van het goederenvervoer wordt voor het grootste deel gecompenseerd door de transporteur. De uitstoot van het aardgasverbruik wordt gecompenseerd door de inkoop van 'groen gas'. Daardoor komt de netto uitstoot uit op 94 ton.