MVO-Jaarverslag 2024



Inhoudsopgave

Inleiding 3

1 Dubbele Materialiteitsanalyse 4

1.1 Dubbele materialiteitsanalyse uitkomst 4

1.2 Thema Relevantiebepaling 1

1.3 Uitkomst Stakeholderdialoog 2

Interne stakeholders 2

Externe stakeholders 3

1.4 DMA Conclusie 4

2 MVO-beleid 6

3 MVO-prestaties 8

3.1 Dashboard 8

3.2 Team & processen 10

3.3 Activiteiten & Commissies 11

3.3.1 PlayHard, D&I en Vitaliteit 11

3.4 Safe Place 12

3.5 Sponsoring & Partnerschappen 13

4 Toekomstambities 14

4.1 Komend jaar 14

4.2 Lange termijn 15

Inleiding

Na dik drie jaar actief bezig te zijn met MVO zaken binnen OGD stroomlijnen, meetbaar maken en rapporteren, zijn we trots op hoe ver we tot nu toe al gekomen zijn. Maar MVO is natuurlijk nooit klaar of af. We blijven verbeteren waar we kunnen, en vooral transparant naar onze medewerkers en naar buiten toe, ook als het niet lukt onze doelen te behalen.

In de loop van de afgelopen jaren, worden we beter in het rapporteren en structureren. Gelukkig betekent dat niet dat we de inspirerende activiteiten en partnerschappen minder aandacht geven. Integendeel! In dit verslag kun je lezen wat er afgelopen drie jaar, maar vooral het afgelopen jaar weer gebeurd is op MVO-vlak.

We beschrijven:

- De uitkomsten van de materialiteitsanalyse
- Het MVO-beleid
- Geformuleerde MVO-doelstellingen
- De behaalde MVO-prestaties over de laatste drie jaar
- De ambities voor de toekomst van MVO binnen OGD

Mocht je vragen hebben over één of meerdere onderdelen van dit jaarverslag, stuur gerust een mail naar mvo@ogd.nl

Maar voor nu, veel plezier met lezen!



1 Dubbele Materialiteitsanalyse

Met de komst van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), is er een nieuwe standaard gezet voor de rapportage van niet-financiële resultaten. Bij een nieuwe standaard hoort een herziening van de materiële thema's. De MVO Prestatieladder is in 2024 aangepast richting de CSRD, zodat de thema's beter aansluiten op de zogenaamde European Sustainability Reporting Standards (ESRS) van de CSRD. Voor het implementeren van de CSRD moet er jaarlijks een dubbele materialiteitsanalyse gedaan worden.

De Materialiteitsanalyse onderzoekt aan de hand van de relevante stakeholders binnen en buiten OGD, welke MVO-thema's relevant en uiteindelijk materieel zijn voor ons om mee aan de slag te gaan. Dat het een Dubbele Materialiteitsanalyse (DMA) betreft, blijkt uit de uitbreiding van het onderzoek naar niet alleen welke impact wij op de wereld hebben, maar ook welke impact de wereld op ons heeft. Hierin wordt ook het financiële aspect meegewogen. Het is daarmee een behoorlijke uitbreiding op de materialiteitsanalyse die eerder jaarlijks voor de MVO Prestatieladder werd uitgevoerd.

Om deze analyse goed uit te voeren hebben we na het vaststellen van de scope de volgende stappen doorlopen:

- Stap 1: Identificatie van de stakeholders
- Stap 2: Vaststellen van de waardecreatie van de eigen organisatie en inzicht in de keten
- Stap 3: Opstellen van de longlist van mogelijke materiële onderwerpen
- Stap 4: Formuleren van de risico's, kansen en impact t.a.v. de longlist van relevante thema's
- Stap 5: Prioritering via kwalitatieve inschatting van de materiële topics op basis van impact materialiteit en financiële materialiteit

Hierbij hebben we veel gebruik gemaakt van het voorwerk wat we al hadden gedaan voor de MVO-Prestatieladder. We hadden al een Stakeholderidentificatie proces doorlopen en ook hadden we al een beeld van de relevante en materiele thema's. Deze hebben we opnieuw bekeken en nu direct geplot op de richtlijnen van de DMA.

Het rapport van de DMA wordt afgesloten met recente ontwikkelingen die invloed kunnen hebben op de DMA en de beschrijving van eventueel onvoltooide stappen. Het volledige rapport is door onze accountants geëvalueerd en kan opgevraagd worden bij het MVO-Team van OGD. In dit jaarverslag tonen we allereerst de uitkomst van de DMA en lichten deze vervolgens nog wat toe met een korte onderbouwing van de keuze van ESRS, de uitkomsten van de stakeholderdialoog en voegen we de uiteindelijke conclusie toe van de rapportage.

1.1 Dubbele materialiteitsanalyse uitkomst

In het onderstaande schema Zie je de thema's, onderverdeeld in milieu, sociaal en governance. De materiele ESRS die daaronder vallen, staan in de eerste kolom. In de tweede, derde en vierde kolommen staan de nummers van MVO Prestatieladder thema's en subthema's die hieraan gelinkt zijn. In de vijfde kolom hebben we vastgesteld of de materialiteit op het gebied van impact of financiën zit of beide. De overige kolommen geven de schaling weer van de materialiteit.

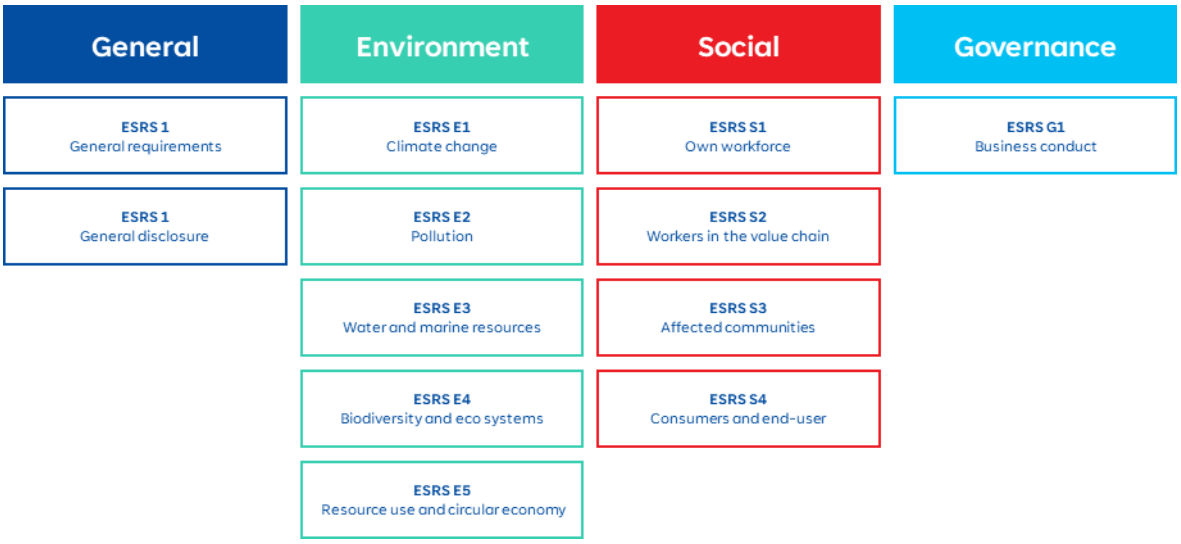
ESRS Thema 's	MVO Thema	Sub - Thema 's	Sub - sub thema 's	Materialiteit	Schaal	Scope	Herstelbaarheid	Omvang financieel	Waarschijnlijkheid
Milieu									
E1 | Klimaat verandering	21	Energiebehoefte voor productie en faciliteiten		Impact	7	5	2	x	3
				Financieel	x	x	x	6	6
	25	Transport		Impact	5	2	3	x	2
				Financieel	x	x	x	6	7
E5 | Materiaal gebruik en circulaire economie	20	Grondstoffen	Materiaal instroom	Impact	3	2	3	x	5
				Financieel	x	x	x	5	5
			Materiaal uitstroom	Impact	6	6	1	x	7
Sociaal									
S1 | Eigen personeel	2	Werkgelegenheid en verhouding tussen werkgever en personeel		impact materialiteit	7	4	2	x	5
	3	Gezondheid en veiligheid van personeel	Vitaliteit	impact materialiteit	7	5	3	x	6
				Financieel	x	x	x	7	7
			Privacy	impact materialiteit	7	5	2	x	6
	4	Opleidingen en onderwijs		impact materialiteit	7	2	3	x	7
	5	Diversiteit en kansen		impact materialiteit	5	4	2	x	5
	7	Gelijke behandeling van kwetsbare groepen		impact materialiteit	4	4	2	x	5
S4 | Consumenten en eindgebruikers	17	Product informatie		impact materialiteit	7	4	3	x	5
	18	Marketing & communicatie		impact materialiteit	5	4	3	x	6
	19	Privacy		impact materialiteit	7	6	2	x	6
Governance									
G1 | Zakelijk gedrag	1	Behoorlijk bestuur	Betrokkenheid directie	impact materialiteit	6	6	3	x	6
			Partnerschappen	impact materialiteit	5	4	3	x	6
			Leveranciersmanagement	impact materialiteit	5	5	2	x	6
				Financieel	x	x	x	5	5
			Wet- en regelgeving	Impact	7	7	2	x	7
				Financieel	x	x	x	6	6
	12	Eigendomsrecht en betalingen		Financieel	x	x	x	6	7

1.2 Thema Relevantiebepaling

Uitleg bij de verkozen ESRS thema's voor de shortlist van de dubbele materialiteitsanalyse.

Om te bepalen welke thema's materieel zijn, is er onderzoek gedaan onder de shortlist van relevante stakeholders. Dit werd afgelopen jaar gedaan in vragenlijsten die naar leveranciers, klanten en partners werden gestuurd, versterkt met een stakeholderdialoog met een tiental interne en externe belangrijke stakeholders.

Onderstaande schema geeft de ESRS weer waaruit gekozen moet worden:



De General ESRS en E1 met betrekking tot het milieu zijn verplicht. Verder moet er uit iedere kolom minimaal 1 gekozen worden, dus ook G1 is verplicht.

Als we in de longlist van MVO-thema's kijken, zijn de punten waarop wij 'nee' antwoorden bij de vraag of het relevant is, voornamelijk de punten waar OGD minder invloed op heeft en die minder invloed op ons hebben. De samenvatting hiervan is:

- Omdat we geen maakbedrijf zijn, hebben we weinig afval, directe uitstoot of vuil water. Alles wat gebruikt wordt is voor de 5 kantoren die we huren. Daarom hebben we besloten dat ESRS E2, E3 en E4 niet relevant zijn voor OGD.
- Omdat we afhankelijk zijn van grote spelers op de markt wat betreft de doorverkoop/verhuur van hardware, omdat de producten aan bepaalde specificaties moeten voldoen, hebben we weinig invloed op hoe deze bedrijven omgaan met hun mensen, meer dan controleren of ze hier beleid op hebben. Dit sluit ESRS S2 uit
- OGD is enkel gevestigd in Nederland, wat ook het land van oorsprong is, en onze kantoren hebben geen grote invloed op de omgeving. Daarom sluiten we ESRS S3 ook uit.

Door deze ESRS uit te sluiten, blijven de overige over. ESRS E5 hebben we gekozen er in te laten omdat we het belangrijk vinden om goed om te gaan met de hardware die wij inkopen voor onze medewerkers en klanten. S1 staat in het teken van de eigen medewerkers en is de ESRS waar wij het meeste affiniteit mee hebben. Onze mensen staan voorop, net als hun blijheid, groei, ontwikkeling en welzijn. Daarnaast staan de eindgebruikers, die we ook zoals in onze missie te lezen is, 'blij willen maken en helpen groeien met IT'. Onze dienstverlening heeft dan ook veel focus op het menselijke aspect.

1.3 Uitkomst Stakeholderdialoog

Interne stakeholders

Intern hebben we gesproken met de volgende afdelingen:

- OR
- HR
- Directie
- Consultancy - Green IT
- Diversiteit & Inclusie

De conclusie van deze gesprekken was veelal hetzelfde. OGD heeft voornamelijk focus op het menselijke en maatschappelijke aspect. Dit is terug te zien in maatregelen rondom het welzijn van de medewerkers en in hoe ook in de dienstverlening het gemak en werkplezier van de eindgebruikers voorop staat. Qua milieu is het lastig om een grote impact te maken omdat we geen maakbedrijf zijn. De impact zou dan vooral zijn op het gebied van leverancierskeuze en gedrag van de medewerkers stimuleren in bijvoorbeeld reductie of duurzamere reisbewegingen of energieverbruiksmaatregelen zoals reductie van data opslag en verspreiding.

Focus op mens & maatschappij

OGD heeft verschillende afdelingen die raakvlakken hebben met de ESRS thema's. De doelstelling 'Blije en gezonde OGD'ers' staat in ons beleid voorop, direct gevolgd door 'Altijd blijven leren' en 'Gelijke kansen creëren'. Het medewerkerstevredenheidsonderzoek wordt intern al jarenlang uitgevoerd, en het verzuimcijfer is al meer dan vijf jaar aanleiding voor HR om maatregelen te treffen wanneer nodig. Er is sinds 2023 een vitaliteitscommissie en in 2019 is de diversiteitscommissie opgericht. Er is een gedegen afdeling voor opleidingsmogelijkheden en doorgroei, we hebben bijna 100 interne docenten en kennisdeling staat voorop de agenda bij teamleiders. Er zijn coachingsmogelijkheden voor persoonlijke groei en/of doorgroei in de carrière en er zijn interne en externe vertrouwenspersonen waar medewerkers terecht kunnen. Officieel is er sinds 2023 een klachtencommissie en Protocol Ongewenst Gedrag en sinds 2024 geven we trainingen aan al onze teamleiders over het bevorderen van de veilige sociale werkomgeving. Er is een PlayHard commissie voor het (helpen) organiseren van activiteiten voor en door medewerkers, binnen en buiten werktijd.

Extern kijken we naar partnerschappen die de (lokale) maatschappij ondersteunen. We kijken bij onze klanten verder dan enkel de IT-dienstverlening en helpen verschillende non-profit organisaties met pro-bono adviesuren. Zo hebben we bij o.a. de KNRM, Lumen, een speciaal onderwijsschool en de TU Delft consultants ingezet. We sponsoren goede doelen door bijvoorbeeld met medewerkers mee te lopen of fietsen in wedstrijden voor organisaties als het KWF of KIKA.

Kortom op maatschappelijk en menselijk vlak doen we het goed en willen we dit vooral zo houden, waar mogelijk kan het nog uitgebreid worden. **Kansen** hierin zien we nog in:

- Extra partnerschappen met verschillende partijen die brede maatschappelijke impact hebben;
- Meer focus op de eindgebruikerservaring, meetbaar te maken met XLA's;
- Leiderschap een grotere rol geven op het stimuleren van tevreden medewerkers, doorgroei en andere kansen op maatschappelijke impact;
- Leveranciers nog scherper kiezen op naleving van mensenrechten en grote maatschappelijke impact;
- Het interne Safe Place project uitbreiden met een online training voor alle medewerkers.

Risico's die we voor de toekomst zien op menselijk en maatschappelijk vlak:

- Krapte op de arbeidsmarkt bijvoorbeeld door vergrijzing kan zorgen voor hogere druk op personeel;
- Veranderingen in het geopolitieke klimaat kunnen zorgen voor verharding, meer polarisatie en het ondermijnen van topics als diversiteit en inclusie. Dit kan invloed hebben op de bedrijfscultuur;
- De komst van AI en hoe we daarmee werken rondom security en privacy risico's bijvoorbeeld.

Mogelijkheden op milieugebied

Alle interne stakeholders zijn het er over eens dat we op milieugebied vrij lastig grote verbeterslagen kunnen maken. Aangezien we geen maakbedrijf zijn en onze kantoren huren van derde partijen, is de impact die we maken vooral afhankelijk van derden. Inzicht krijgen in de keten blijkt vaak een uitdaging omdat de meeste partijen weinig tot geen inzicht hebben op het niveau van specifieke dienstverlening aan ons. Bijvoorbeeld de verhuurders van de kantoren in Delft en Eindhoven, kunnen geen specificatie opleveren van de energiekosten die wij maken, enkel een inschatting aan de hand van gehuurde oppervlakte van het geheel. De hardware die we gebruiken moeten we afnemen van grote partijen die voldoen aan de privacy en security wet- en regelgeving, waardoor we beperkt worden in duurzamere opties. De duurzaamheid in het wagenpark wordt deels bepaald door het aanbod op de markt en ook daar zien we dat (herziene) wetgeving impact heeft.

De maatregelen die getroffen worden, zijn al jaren in werking. Reductie van papiergebruik, licht- en watersensoren, efficiënte klimaatinstallaties, zorgen dat de trappen makkelijk toegankelijk zijn en meer gebruikt worden van de lift, stimuleren van OV in plaats van eigen of lease auto's, hergebruik van meubilair waar mogelijk, duurzame materialen waar mogelijk en werken met lokale partijen voor bijvoorbeeld lunchcatering. Na corona zijn er ettelijke meters kantoorruimte opgegeven en bij verhuizing is energielabel A of hoger een vereiste. Ook zijn de mogelijkheden voor remote werken vele malen verbeterd, niet alleen bij ons maar ook bij klanten, partners en leveranciers, waardoor reisbewegingen behoorlijk zijn ingeperkt.

De afgelopen jaren hebben we vooral gewerkt aan inzichtelijk maken van onze impact. De directe factoren hierin zijn ondertussen in kaart gebracht en we kunnen onze jaarlijkse CO2 footprint berekenen. Verder zien we dat door meer zichtbaarheid van MVO, afdelingen als inkoop en facilitair beter nadenken over bepaalde beslissingen. Er zijn opt out's ingesteld voor cadeautjes of leveringen, de optie om aan goede doelen te schenken in plaats van een verjaardagscadeau wordt veelvuldig gebruikt en bij geschenken wordt er over het algemeen veel strikter gekeken naar verpakkingsmaterialen en transport.

Waar we nog een uitdaging zien is de reductie van onze CO2 footprint en al helemaal het implementeren van een net zero plan. Lange termijn doelen zijn heel erg afhankelijk van veranderingen in de apparatuur en technieken waarmee we werken en het geopolitieke klimaat beïnvloedt hierin wet- en regelgeving. Dit zorgt ervoor dat het moeilijk te voorspellen is wat daadwerkelijk haalbaar gaat zijn.

De **kansen** die we intern dus vooral zien op milieugebied zijn:

- Scherpere criteria op leveranciers wat betreft milieu impact;
- Stimuleren van duurzame reisbewegingen zoals OV en fietsen;
- Duurzaamheid op de agenda zetten bij verschillende overleggen op strategisch niveau, intern en bij klanten, partners en leveranciers;
- Technische ontwikkelingen die we als IT-dienstverlener kunnen implementeren met impact op milieu;
- Meer (relevante) partnerschappen aangaan die milieuaspecten helpen verbeteren.

De **Risico's** die in de gesprekken naar voren kwamen:

- Soms nog wat onduidelijk beleid op milieugebied, waardoor er geen maatregelen genomen worden;
- Niet goed voorbereid zijn of achterlopen op eventuele gevolgen van klimaatverandering;
- Veranderende geopolitieke klimaat op dringendheid van duurzame ontwikkelingen.

Externe stakeholders

We hebben de gesprekken met externe stakeholders voornamelijk gevoerd met de verantwoordelijke op strategisch niveau voor duurzaamheidsvraagstukken en maatschappelijke impact. In de gesprekken met diverse grotere klanten en leveranciers vielen de volgende zaken op:

- De meesten waren niet echt op de hoogte van ons MVO-beleid. Sommigen wisten dat het er was, maar hadden het niet bekeken;

- Ze zagen onze maatschappelijke impact daardoor niet heel duidelijk, behalve het feit dat we als dienstverlener helpen processen van belangrijke organisaties stroomlijnen. Deels noemden ze gelukkig wel de menselijke aanpak, behulpzaamheid en focus op eindgebruikers;
- Er zijn nauwelijks overeenkomsten of contracten met externe partijen waarbij een MVO aspect een duidelijk afzonderlijk onderdeel is, met afspraken en consequenties.

Qua milieu impact hadden ze veelal hetzelfde idee als dat we zelf hebben. Namelijk dat we geen maakbedrijf zijn, daardoor geen heftige voetafdruk op scope 1 hebben en afhankelijk zijn van onze leveranciers. Dit betekent dat we op sommige vlakken wel duurzame keuzes kunnen maken, maar deels ook gebonden zijn aan grote spelers op de markt qua leverbaarheid van producten en security eisen.

Verder als ze kijken naar de impact van een IT-dienstverlener, kwamen ze tot de conclusie dat maatschappelijke impact vooral zit in hoe je met medewerkers omgaat en de rol die leiderschap daarin speelt, hoe je klanten helpt hun doelen te bereiken en daarop voortbordurend welke klanten je kiest, en tot slot of je nog doet aan sponsoring of inkoopt bij sociale werkplaatsen.

Niet eerder genoemde punten

Er waren twee punten die maar 1 keer genoemd werden, maar we opmerkelijk genoeg vonden om mee te nemen in de conclusie als extra aandachtpunten.

Een klant is zelf erg bezig met de invloed van het lage grondwater in Nederland en het groeiende tekort in zoet water. Gemeentes zullen in de toekomst keuzes moeten maken waar het zoetwater naartoe gaat. Dit kan resulteren in het verkiezen van woningen boven bijvoorbeeld datacenters koelen. Als er geen andere koelingstechnieken ontwikkeld worden, zullen er misschien niet genoeg datacenters in Nederland beschikbaar zijn om aan de vraag te voldoen. Vooral met overheidsklanten als een van onze focusgroepen voor dienstverlening die hun data liever binnenslands houden, zou dit een beperking kunnen worden.

Een andere klant had het over de AI Bias en hoe dit invloed heeft op het diversiteit- en inclusievraagstuk in de maatschappij. Ze stelden terecht dat vele onderzoeken nu al uitwijzen dat AI een nog grotere bias heeft dan mensen. Als we de tools niet voorzichtig inzetten, ‘opvoeden’ en daar heel erg scherp op zijn, kan dit de polarisatie in de maatschappij versterken. Als IT dienstverlener kunnen wij natuurlijk invloed uitoefenen op hoe mensen met AI omgaan. Misschien is dit zelfs ook wel onze verantwoordelijkheid om klanten hierop te wijzen en in te helpen. Wij hebben op dit moment intern een paar mensen die hier al enigszins over nadenken, maar het is nog geen standaard onderdeel van adoptietrajecten om eindgebruikers bewust te maken van de gevolgen. We zien dit dan ook als een bijzondere nieuwe kans.

1.4 DMA Conclusie

Als we aan de hand van de DMA naar de thema’s kijken die relevant zijn voor OGD zien we een aantal opvallende factoren. Deze worden beïnvloed door het feit dat we een dienstverlener zijn en een organisatie die mensen voorop stelt. Dit zien we terug in dat er meer relevante thema’s voor OGD in de sociale ESRS zitten dan bij de milieu gerelateerde ESRS.

Een groot deel van het belang wordt aangegeven door de betrokken stakeholders die OGD het meest invloedrijk en relevant acht. Dit komt vooral neer op intern onze directie, management en medewerkers. Wat zij belangrijk vinden is de eerste richtlijn. Verder zijn het grote klanten, partners en leveranciers die druk uit kunnen uitoefenen of waarvan we afhankelijk zijn in onze keten en/of voor ons financiële welzijn. In onze stakeholderanalyses komt jaarlijks naar voren dat ook zij veel waarde hechten aan onze bedrijfscultuur, waarin transparantie en goed werkgeverschap voorop staan.

Aangezien OGD een bedrijf is met winstoogmerk, is de financiële factor belangrijk en niet te onderschatten. Deze DMA is daarom een uitbreiding van onze MVO bewustwording naar niet enkel de maatschappelijke impact, maar ook de financiële impact. Dit is een verandering ten opzichte van de eerder gedane analyses voor de MVO Prestatieladder certificering.

Mens vs. Milieu

OGD is geen maakbedrijf. De directe invloed op het milieu is daarmee in verhouding vrij klein. Er zijn al jaren maatregelen in stand die water- en energieverbruik minimaliseren op de kantoren. We stimuleren vanaf de oprichting gebruik van OV en waar mogelijk de fiets, en sinds Corona is remote werken eerder standaard dan uitzondering, wat veel reisbewegingen inperkt. Dat is natuurlijk mooi, maar maakt het ook lastiger om grote reducties te bewerkstelligen op klimaatgebied. Dit zullen we vooral in de keten moeten stimuleren. Daar is echter weer de beperking dat de grote spelers in de markt het aanbod in de hand hebben. Om financieel gezond te zijn en blijven, te voldoen aan technische standaarden en compliant te zijn op het gebied van privacy en security, is duurzame keuzes maken geen eerste prioriteit. Echter kijken we wel naar de mogelijke veranderingen. Duurzaamheidsprogramma's van leveranciers, verpakkingsmaterialen van hardware die we opsturen naar medewerkers, transport, een opt-out voor het kerstcadeau of een duurzame locatie voor een managementdag. Het zit in de mindset van alle medewerkers om duurzaamheid waar mogelijk mee te nemen in de beslissingen die we nemen. Klimaat blijft hierdoor een belangrijke factor, en naast het inzichtelijk maken van onze eigen voetafdruk en daarnaast scope 2 en 3, werken we steeds meer aan mogelijke reductie ervan.

Waar we weinig invloed hebben op klimaatgebied, hebben we des te meer impact op de mensen. OGD heeft oog voor de mens, van medewerker tot eindgebruiker. Thema's als opleiden en doorgroei, diversiteit en inclusie, (sociale) veiligheid, vitaliteit en het zorgen voor activiteiten en ontspanning, zitten in het DNA ingebakken. Deze thema's scoren dan ook hoog in belangrijkheid en in de mate waarop wij ze kunnen beïnvloeden. In deze hoek is enkel het aspect mensenrechten in de keten nog een lastig punt. Het verkrijgen van transparantie bij leveranciers omtrent dit topic, is niet makkelijk en het controleren er van nog minder. Daarom richten we ons vooral op de mensen die we wél direct bereiken, de medewerkers en eindgebruikers. Voor de laatste groep hebben we gehele adoptietrajecten opgezet om te zorgen dat ze niet alleen nieuwe hard- en software voorgeschoteld krijgen, maar ermee leren omgaan. Het vergroten van het gemak en werkplezier vinden we belangrijke indicatoren die we met XLA's en klanttevredenheidsonderzoeken steeds meer inzichtelijk maken.

Uitkomst

De uitkomst van de dubbele materialiteitsanalyse weerspiegelt het bovenstaande beeld dat we de afgelopen 4 jaar in MVO-analyses naar voren hebben zien komen. De toevoeging van het financiële aspect maakt bepaalde risico's maar ook kansen duidelijker. Wat betreft risico's speelt de impact van geopolitieke veranderingen een rol in hoeveel loon we onze medewerkers moeten betalen ten opzichte van de markt, of hoe we bepaalde producten verkrijgen en voor hoeveel geld. De klimaatverandering kan invloed hebben op grondstoffen en transport, of de kantoren waar onze medewerkers zitten. Maar er zijn ook genoeg kansen te zien. Bijvoorbeeld de integratie van CRSD thema's in de dienstverlening, kan nieuwe impuls geven aan bestaande diensten of nieuwe diensten teweegbrengen. Denk aan een duurzame werkplek of het Groene IT-assessment. Verder kan onze kijk op de sociale werkvloer juist in een krappe arbeidsmarkt een reden zijn voor nieuwe medewerkers om voor ons te kiezen.

Kortom, het integreren van de risico's en kansen op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de algemene bedrijfsvoering, maakt ons alerter op een breder spectrum van gevaren maar ook mogelijkheden. Daarom is het belangrijk dat directie en management deze jaarlijkse DMA het belang toekennen die het verdient.

2 MVO-beleid

Het MVO-beleid van OGD wordt jaarlijks geëvalueerd en waar nodig herzien. Het in 2024 vernieuwde MVO-beleid zet maatschappelijk verantwoord ondernemen centraal in de bedrijfsvoering van OGD op de aspecten: transparantie, ethische handel, diversiteit & inclusiviteit, en duurzaamheid. Het beleid is een reflectie van onze missie visie en waarden, en vormt de basis voor onze inzet om een positieve impact te maken op OGD'ers, de samenleving en het milieu. Hieronder zetten we de hoofdpunten neer in het kort. Het volledige beleid met uitleg en evaluatieplan is te vinden op de OGD website: MVO-beleid

MVO-Missie:

"Wij helpen mensen en organisaties om plezieriger en duurzamer te werken door onze cultuur en met technologie."

MVO-Visie:

- Wij geloven in een toekomst waarin technologie alle mensen en organisaties helpt om prettig en duurzaam te werken.
- Wij begrijpen de noodzaak van duurzame ict in de context van mensen, organisaties, het milieu en de maatschappij, en in het kader van Creating Shared Value.
- Innovatieve ict inspireert partners, concurrenten en onszelf en zorgt dat we van 'meer' naar 'toekomstbestendig' gaan.

MVO-Strategie



Lange termijn targets

- Gendergelijkheid: In 2030 bestaat minimaal 30% van onze medewerkers uit mensen die zich identificeren als vrouw.

- Verantwoorde consumptie en productie: In 2030 is ten minste 50% van de hardware die we leveren of leasen aan klanten gerecycled, refurbished of repairable. Voor 2030 wordt alle hardware die wij leveren/leasen aan onze klanten 100% op een duurzame en verantwoorde manier afgevoerd.
- Klimaatactie: in 2035 is OGD een CO2 neutrale organisatie.



3 MVO-prestaties

over de laatste drie jaar

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is sinds 2021 bezig met een continue professionaliseringsslag. De nieuwe CSRD-rapportageverplichting draagt bij aan verdere uitdieping van de mate waarin MVO in de bedrijfsstrategie wordt doorgevoerd. De MVO-thema's kunnen niet meer gezien worden als losstaande onderdelen, maar worden ook meegewogen in de invloed op financiële resultaten. Hierin worden de risico's en kansen meegenomen. De meetbaarheid van MVO onderdelen wordt jaarlijks uitgebreid met nieuwe KPI's, gekoppeld aan de SDG's en nu ook aan de ESRS.

In dit hoofdstuk gaan we eerst in op de verzamelde cijfers en de voorgang wat betreft doestellingen en KPI's van de afgelopen drie jaar. Daarna gaan we in op de verandering wat betreft teamsamenstelling en procesinrichting. We sluiten het hoofdstuk af met de activiteiten die dit jaar georganiseerd zijn voor en door medewerkers rondom MVO thema's en sponsoring.

3.1 Dashboard

Sinds 2022 inventariseren we de voortgang van MVO binnen OGD met verschillende KPI's. We kijken jaarlijks naar welke meetbare informatie beschikbaar is en voegen KPI's toe waar mogelijk. In vergelijking met vorig jaar is in 2024 de CO2 uitstoot van de OGD kantoren gemeten en hebben we KPI's op de circulariteit van de door OGD'ers gebruikte hardware. Deze KPI's zijn terug te vinden in het onderstaande MVO Dashboard.

SDG's, Doelstellingen & KPI's	2022	2023	2024
3 GOEDE GEZONDHEID EN WELZIJN			
MTO-score blijheid: Hoger dan 8	7,8	7,6	7,8
Verzuimcijfer OGD: Onder branchegemiddelde	4,2% 3,9%	5% 3,9%	4,7% 3,8%
4 KWALITEITS-ONDERWIJS			
OGD'ers opleidingsmogelijkheden benut: Meer dan 70%	67,2%	84,7%	68%
Opleidingsuren van totaal: Meer dan 5%	3,4%	3,6%	1,8%
5 GENDER-GELIJKHEID			
Zich als vrouw identificerende OGD'ers:	16%	17,3%	24,3%
Zich als X identificerende OGD'ers: Jaarlijkse groei 2% naar 30% ondergrens	-	0,8%	0,2%
12 VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE			
Afvoer van OGD apparatuur: 100% verantwoord	0%	60%	100%
Apparatuur refurbished/recycled/reparabel: Jaarlijkse groei van minstens 5%	-%	-%	7,8%
13 KLIMAATACTIE			
Elektrische leaseauto's in het wagenpark: Jaarlijkse groei van minstens 5%	23,5%	25,3%	34,5%
Niet-groene energieverbruik kantoren: Jaarlijkse reductie van 5%	-	220,045	168,274

Blijheid OGD'ers

Wat betreft de voortgang, zien we dat we met het blijheidscijfer wel weer omhoog zijn gegaan ten aanzien van 2023. We tikken echter nog net niet de gewenste 8 aan, dus we blijven met organisatieveranderingen en initiatieven proberen aan de vraag van medewerkers te voldoen. We weten dat het veranderingsprogramma dat vorig jaar in werking is gezet, eerst voor opschudding en onduidelijkheid zorgt. Dat merkten we intern ook aan de wisselende reacties. Positief wordt gereageerd op de intentie om processen helderder, beter inzichtelijk en goed overdraagbaar te krijgen. Ook het duidelijk vastleggen van welke functie of rol nou precies welke verantwoordelijkheid heeft, gaat een stuk meer zekerheid geven in bijvoorbeeld onderhandelingen met de klant. Nu zijn we té vaak nog geneigd om behulpzaam te zijn buiten de strikte afspraken. Dit is natuurlijk mooi, maar zorgt er ook voor dat klanten dit op den duur als vanzelfsprekend zien, waardoor afspraken vervagen. De veranderingen gaan verder zorgen voor kortere lijnen tussen de lagen van de organisatie, waardoor de communicatie helderder en directer gaat verlopen. We blijven hiernaast investeren in de informele en inclusieve bedrijfscultuur. Als het goed is gaan we dit jaar de effecten van deze veranderingen merken, en hopelijk die gewenste 8 behalen.

Verzuimcijfer

Het verzuimcijfer is vanaf na de corona lockdowns, behoorlijk gestegen. Voor en tijdens Corona zaten we zo goed als altijd onder het branchegemiddelde. De stijging heeft verschillende redenen gehad. Krapte op de arbeidsmarkt bijvoorbeeld, waardoor iets minder streng gekeken werd in het recruitmentproces naar belastbaarheid van potentiële medewerkers. Veranderende bedrijfscultuur waardoor er meer thuis wordt gewerkt en het zicht op het welzijn van medewerkers lastiger is geworden. Omdat het cijfer in 2023 zodanig hoger was dan het branchegemiddelde, zijn er verschillende vitaliteitstrajecten in werking gezet. Er zijn preventieve gesprekken met de bedrijfspsycholoog mogelijk gemaakt. Er wordt meer tijd en aandacht besteed aan preventie op teamleider niveau door hier in periodieke gesprekken meer aandacht aan te geven. Ook zorgen we met voorlichting en activiteiten voor meer bewustzijn over bijvoorbeeld het signaleren van een burn out. Er waren verschillende aandachtsweken met de drie overkoepelende vitaliteitsthema's: bewegen, eten en (mentale) rust. Ook hebben 20 OGD'ers meegedaan aan een constante privémonitoring van hun energielevels met OneWave. Ze kregen na twee meenden ieder een specifiek op hun behoeften aangepast advies mee.

Opleidingsmogelijkheden

In 2024 zien we een daling ten opzichte van het jaar ervoor in allebei de opleidingsKPI's. Dit is gerelateerd aan het veranderprogramma Organisatie volgt Strategie (OvS), dat veel tijdsinvestering vroeg van een grote groep OGD'ers. Met de financiële impuls die we de organisatie eerst weer willen geven, zodat we weer meer kunnen investeren in de medewerkers, had nu de klant weer vaker voorrang op kennisdeling. We verwachten echter dat dit in 2025 of het jaar erna weer recht zal trekken en we weer boven de gewenste 70% uitkomen. In onze missie komt niet voor niets terug dat we willen dat mensen groeien!

Gelijke kansen

De cijfers hier liegen er niet om. Recruitment is hard bezig geweest om meer OGDames te werven. We zien wel nog steeds dat dit vooral de lagere lagen van de organisatie betreft. In management en zeer technische posities, zijn meer voorbeeldrollen gewenst. Dat kan stimulerend werken voor dames die daarheen willen doorgroeien, of wanneer ze er gekomen zijn, ook daar te blijven. We hebben veel vertrouwen in de doorgroeiprogramma's in combinatie met de Safe Place training die sinds 2024 verplicht is voor alle leidinggevenden. Deze training wijst teamleiders op onbewuste vooroordelen en moedigt aan om aannames voorbij te gaan met gepaste nieuwsgierigheid. Geef medewerkers die wat meer op de achtergrond staan bijvoorbeeld wat vaker kansen, om te zien wie je wellicht verrast. Er is ook in 2024 weer aandacht geweest voor neurodiversiteit, de queer community en er is een anti-discriminatie week georganiseerd. Dit soort bewustwordingsprogramma's helpen met het verhogen van inclusie en wederzijdse tolerantie.

Circulariteit

Aangezien we als dienstverlener een minder grote impact hebben op het milieu en de omgeving dan bijvoorbeeld een maakbedrijf, is het klimaatvraagstuk een grotere uitdaging. Waar we de afgelopen drie jaar stappen in hebben gezet is allereerst een geheel circulaire afvoerder van onze hardware en daarnaast beter achterhalen wat onze leveranciers doen op dit gebied. NEG is een hardware afvoerbedrijf dat alle hardware 100% circulair verwerkt én daarnaast ook nog een sociale werkplaats is. Sinds halverwege 2023 voeren zij alle OGD hardware af, en steeds vaker ook die van onze klanten. Apple heeft een standaard percentage van gerecycled materiaal in hun producten. HP werkt met een plegde voor CO2 compensatie en Dell doet ook steeds meer aan recycling. Er komen langzaam maar zeker steeds meer duurzame opties beschikbaar ook bij de grote spelers op de markt. Waar mogelijk meten we met hulp uit de keten hoeveel we nu qua hardware daadwerkelijk circulair doen.

Energie

Naast circulariteit staken we de afgelopen drie jaar moeite in het verzamelen van gegevens. Ons wagenpark en de energiemetingen in de gehuurde kantoorpanden zijn daarin voorlopig de meest complete factoren. De komende jaren proberen we dit nog meer uit te breiden. Hierin zien we de stijging in het aantal elektrische of hybride auto's in ons wagenpark en juist de daling in het energieverbruik van de kantoren. Dit laatste is dit jaar deels omdat we in Eindhoven tijdelijk geen kantoor hadden, maar anderzijds komen er wel meer mensen naar kantoor in Utrecht en Delft, maar hebben we daar bijvoorbeeld aangedronken op verbetering van de klimaatsystemen of zonnepanelen op het dak laten plaatsen. Ook als we naar een nieuw kantoor verhuizen kijken we naar oppervlakte, indeling en energielabel, om zo energiezuinig mogelijk te werken, binnen comfortkaders.

3.2 Team & processen

Vanaf januari 2022 is er een coördinator voor alles rondom Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen aangesteld: De MVO-Ambassadeur. In dat jaar is het managementsysteem opgezet, zijn er nieuwe initiatieven gestart en worden lopende initiatieven beter gemonitord. Het behalen van de MVO Prestatieladder certificering op niveau 3 voor drie jaar, was een extra stok achter de deur voor continue verbetering van MVO binnen OGD.

De MVO-Ambassadeur werd in sparring over strategische thema's en hulp bij jaarlijkse themarelevantie herzieningen en SWOT-analyses bijgestaan door een MVO-Stuurgroep. Deze werd samengesteld uit verschillende afdelingen die raakvlakken hebben met MVO-onderwerpen, zoals HR, Facilitair, Marketing & Communicatie, directie, inkoop en compliance. De stuurgroep kwam minstens eens per maand bij elkaar voor een update en sparring over lopende zaken. Op deze manier werd het belang van interne stakeholders meegenomen in beslissingen en beleid.

Een belangrijke verandering sinds december 2023 is de uitbreiding van de coördinatie van MVO van één Ambassadeur naar een klein team. Het team bestaat nu uit één MVO-manager die de eindverantwoordelijkheid draagt en twee part time MVO-Ambassadeurs ter ondersteuning. Een specifiek op het duurzaamheidsstuk, wat ervoor heeft gezorgd dat we in 2024 veel meer inzicht creëerden in ons energieverbruik en circulariteit. De ander is scherp op de planning en organisatorische kant van MVO zoals meetings, activiteiten en onderhoud van het managementsysteem. Deze uitbreiding maakt het mogelijk dat MVO-activiteiten en rapportages in groeiende mate gestructureerd opgepakt worden.

Het resultaat hiervan werd weerspiegeld in:

- De audits van de MVO Prestatieladder, die in augustus van 2024 zonder stress en zonder bevindingen afgerond werd.
- Het verkrijgen van een Ecovadis Rating, na invullen van hun gedetailleerde vragenlijst.
- Een rapport van HP na invullen van de Pledge vragenlijst
- Een ESG Advantage rapport van onze Investeerder Bolster, van het platform dat we jaarlijks bijwerken.

Met deze rapportages wordt steeds meer inzichtelijk dat we op sociaal vlak vooruitstrevend zijn, maar op duurzaamheidsgebied nog aardig wat kunnen verbeteren. Ook dat we in vergelijking met onze branche nog redelijk wat business opportunities laten liggen. Deze laatste twee punten nemen we dan ook mee in de toekomstambities voor 2025.

3.3 Activiteiten & Commissies

Het zijn van een goede werkgever betekent voor OGD niet alleen duidelijke afspraken en goede arbeidsvoorwaarden. Het betekent ook een informele sfeer waarin we kennis delen en successen samen vieren. We gaan zelfs nog een stapje verder met het faciliteren van activiteiten die onze medewerkers willen organiseren. Dat kan zijn van een workshop schermen of een zeilweekend tot boardgame avonden of een teametentje. Of collega's kennis of hobby's willen delen of gewoon elkaar beter willen leren kennen op een andere manier, wij zijn ervan overtuigd dat dit soort activiteiten bijdragen aan een fijnere sfeer op de werkvloer en dus ook een prettigere samenwerking.

3.3.1 PlayHard, D&I en Vitaliteit

De PlayHard commissie die in 2017 is opgericht zorgt dat het budget bewaakt wordt en dat de activiteiten goed over het jaar en de verschillende kantoren verspreid zijn. Naast de Play Hard commissie is er sinds 2019 ook een diversiteits- en inclusiviteitscommissie. Zij pakken vraagstukken op rondom D&I, geven advies aan directie en organiseren activiteiten rondom verschillende diversiteitsthema's. Deze worden vaak vormgegeven als themaweek, met kennissessies, discussies en het vieren van onze diversiteit. In 2023 is er nog een vitaliteitsloket bijgekomen, dat zich buigt over de lange termijn continue verbetering van de vitaliteit van onze medewerkers. Ook zij organiseerden in 2024 themaweken over de drie pilaren van vitaliteit: voeding, beweging en (mentale) rust.

PlayHard activiteiten in 2024:

- Borrels op de verschillende vestigingen, met of zonder thema
- Maandelijkse Boardgames as a Service (oftewel BaaS) avonden op verschillende vestigingen
- OGD Sync, avondsessies waarop (technische) kennis en ervaringen worden uitgewisseld
- PLAN-B; een halfjaarlijks LAN weekend op kantoor Delft of Utrecht
- Pubquizen over verschillende thema's
- Het uitproberen van verschillende sporten o.a. in de vorm van clinics, zoals Golfen, lang wandelen, Boulderen, Squashen, badminton, fietsen, dansen, schermen
- Meedoen aan een Hockeytoernooi met verschillende (IT) bedrijven
- Liepen we in verschillende wedstrijden, waaronder de Dam tot Damloop en de Utrechtse Marathon
- Met OGD'ers en familie op een camping voor een weekend
- Een workshop 3D-modellen schilderen
- Een Disney Filmavond
- Een weekendje naar de Camping met OGD'ers en hun familie
- Indiana Jones in het concertgebouw
- Vestigingsuitjes op verschillende vestigingen, waaronder naar Beekse Bergen en Highland Games
- Een Midsommer BBQ
- Sinterklaas viering voor de kinderen van OGD'ers
- Exclusieve première van de Technival documentaire in een zaal van de KINO in Rotterdam
- Kerstborrels op vele vestigingen

Themaweken D&I in 2024:

Neurodiversiteitsweek over aspecten ervan op de werkvloer, maart

- Maandag Lunchsessie Utrecht: Omgaan met jouw neurodiversiteit op de werkvloer.
- Woensdag Lunchsessie Delft: Hoe het beste om te gaan met een neurodiversie medewerker.
- Woensdagavond: online boekbespreking over een autisme gerelateerd boek.
- Vrijdag Lunchsessie Utrecht: Hoe kun je neurodiverse teamleden faciliteren als leidinggevende

Prideweek, mei

- Maandag: hijsen van pridevlag op OGD hoofdkantoor Delft
- Maandag Lunchsessie over pride terminologie
- Woensdag Lunchsessie over Genderidentiteit
- Woensdagavond online boekbespreking over een pride gerelateerd boek
- Vrijdag Lunchsessie open vragen van collega's over pride gerelateerde onderwerpen
- Vrijdagavond: Pride borrel inclusief Make-up Tutorial workshop en Pub Quiz
- Zaterdag: op de boot tijdens de Canal Pride in Utrecht

Week tegen discriminatie, november

- Dinsdag: Lunchsessie tegen discriminatie inclusief internationaal eten editie Utrecht
- Donderdag: Lunchsessie tegen discriminatie inclusief internationaal eten editie Delft

MVO-activiteiten 2024

Het MVO-Team houdt korte lijntjes met de Play Hard commissie, de D&I commissie en het vitaliteitsloket zodat de activiteiten niet in elkaars vaarwater komen, maar ook om de gezamenlijke kanalen goed in te zetten voor interne promotie.

Ieder kwartaal werd er een evenement georganiseerd vanuit de duurzaamheidshoek en een evenement vanuit de maatschappelijke hoek, soms in overlap of samenwerking met een van bovenstaande commissies. Daarnaast is OGDames doorgestart vanuit Ladies Nights. Dit zijn kennissessies voor de zich als vrouw identificerende OGD'ers. Er wordt stilgestaan bij hoe het is om vrouw te zijn in een overheersende mannenwereld, tips uitgewisseld en ervaringen gedeeld.

Duurzame evenementen:

- Kledingruil op kantoor Utrecht in februari.
- E-waste inzamelmaanden juni en juli en informatieve lunchsessie over E-waste: we hebben in totaal 388kg aan E-waste opgehaald en de opbrengsten hiervan gaan naar KIKA.
- Data Clean up week December.

Maatschappelijke evenementen

- OGDoet in maart: De vestigingen Utrecht, Delft en Enschede deden mee aan NL-Doet.
- Kwart Marathon tegen kanker in Utrecht: Twee collega's renden in mei de kwart marathon tegen kanker en haalden in totaal 1397 euro op voor het KWF-kankerfonds.
- Week van het hart: inzamelactie voor het 6 jarige bestaan van de Hartstichting.

OGDames

- In maart OGDames avondsessie in Utrecht: Fausta, Directeur levering, vertelde over haar ervaring als directielid in een mannenwereld en er vond een discussie en uitwisselronde plaats.
- In augustus OGDames lunchsessie in Utrecht en eerste OGDames samenwerkdag.

3.4 Safe Place

OGD is een IT-bedrijf, wat betekent dat we te maken hebben met diversiteit sociale omgangsvormen niet altijd duidelijk gedefinieerd zijn. Waar we nog wel eens te maken hebben met collega's die zich niet bewust zijn van de consequenties van bepaalde acties of opmerkingen. Gelukkig kunnen we nog een hoop van elkaar leren. Ook zijn er wel eens incidenten geweest, waarbij - achteraf gezien - misschien niet altijd even goed gehandeld is door OGD. Met Safe Place brengen we hier verandering in.

Doelen:

- Een officiële Gedragscode;
- Normalisering van het bespreken van Sociale Veiligheid op de Werkvloer;

- Een klachtenprocedure (Protocol Ongewenst Gedrag) met een onafhankelijke klachtencommissie;
- Opleidingsmogelijkheden voor zowel leidinggevenden als alle medewerkers

Op Internationale Vrouwendag 2023 hebben twee dames vanuit HR en het CTO office een presentatie gegeven voor de directie met de aanleiding, plannen en doelen betreffende dit onderwerp. De directie stond er vierkant achter. Safe Place was vanaf nu een ding!

De status aan het eind van 2024:

- De gedragscode is opgesteld, goedgekeurd door directie en de OR en per post naar alle OGD'ers is gestuurd. Hij is nu standaard onderdeel van het Personeelshandboek en zit in het welkomstpakket van alle nieuwe OGD'ers.
- De klachtencommissie is in de zomer benoemd en aangesteld en er is voor begin 2024 een externe meerdaagse cursus gepland, voor juridische onderbouwing en training in de daadwerkelijke afhandeling van verschillende soorten klachten rondom ongewenst gedrag op de werkvloer.
- Vanaf oktober 2023 is er een externe organisatie ingehuurd voor het op maat ontwerpen van een meerdaagse training voor leidinggevenden over het creëren van een veilige werkomgeving. Hierin komen onder andere onbewuste vooroordelen, het herkennen van onveilige situaties in het team en het de-escaleren van deze situaties aan bod. De Pilot van deze training startte in maart 2024. Er zijn ondertussen al 5 3-daagse trainingen gegeven aan meer dan 40 leidinggevenden.
- Vanaf november 2023 is er een interne campagne gestart over Safe Place. Er zijn updates over het project geplaatst op het intranet, op alle kantoren hangt een Neonbord met het Safe Place logo, posters met verschillende teksten rondom het thema en alle medewerkers hebben een sticker van het logo ontvangen. Deze is al terug te vinden op menig laptop en thuiswerkplek. In 2024 is deze campagne doorgezet met nieuwe posters en Safe Place wordt steeds vaker genoemd, in meetings maar ook informeel bij het koffiezetapparaat.

3.5 Sponsoring & Partnerschappen

OGD ondersteunt al jaren verschillende initiatieven van medewerkers zoals geld ophalen voor kankeronderzoek door een fietstocht of hardlopen of gewoon rondgaan met een (digitale) collectebus. Daarnaast sponsoren we culturele initiatieven of verenigingen waar OGD'ers actief zijn. Voor non profit organisaties doneren we uren voor vrijwilligerswerk, of bieden we extra flexibiliteit en vakantiedagen voor medewerkers die oproepbaar zijn voor o.a. de brandweer of het KNRM.

In 2024 sponsorden we:

- KWF met een collecte op onze kantoren in hun collecteweek en twee OGD'ers renden mee met de Utrechtse marathon en haalden geld op voor kankeronderzoek;
- Het kunstwerk op Highlight Delft van een kunstenaar die een jaar eerder op Technival een workshop synths bouwen verzorgde;
- Westerpop met een donatie, vormgeving van de content voor het LEDscherm op het festivalterrein met informatie, en vrijwillige inzet van OGD'ers om het scherm tijdens het festival te bedienen;
- Bij Virgiel Theater sponsorden we de lichtinstalatie de voorstelling Young Frankenstein;
- We sponsorden uren van consultants voor hulp bij de oprichting van het Mercurius College, de eerste middelbare vrije school van Delft;
- Voor de Dusty Foundation werden we hoofdsponsor van de Utrechtse Pride boot, en mochten 10 OGD'ers meevaren;
- Duurzame voetbal tenues voor een OGD'er z'n voetbalclubje;
- Sponsoring van consultancy uren voor het KNRM om te helpen bij een IT verbetertraject;
- Steun voor een project in Benin voor waterputten van een student die part time bij OGD werkt;
- Met de steun van OGD won een OGD'er zilver op het EK BMX;
- Een geleidehond voor klant Geldmaat: OGD gaf Geldmaat 500 euro om te doneren aan KNGF;
- Steun voor de verbouwing van een kledingbank in Enschede;

- Steun voor Movember; awareness campagnes van enkele OGD'ers voor mentale gezondheid, preventie van zelfmoord, prostaatkanker en teelbalkanker bij mannen.

Partnerschappen

Partnerschappen zijn belangrijk om informatie te delen en bijvoorbeeld in onze keten samenwerking op te zoeken voor verduurzaming. Bij Werkse in Delft volgen we al jaren kennis- en netwerksessies rondom de inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dit jaar hield Werkse hun zomersessie op ons hoofdkantoor. Met Dutch Women in Tech krijgen OGD'ers toegang tot de maandelijkse evenementen en kijken we naar het opzetten van een evenement met een van onze grootste vrouwelijke sprekers op technisch vlak. Met HP kijken we naar deelname aan hun duurzaamheidspledge, zodat we klanten meer stimuleren om duurzaam in te kopen.

Een belangrijke stap dit jaar was dat we zijn aangesloten bij de **UN Global compact.** Hierdoor kunnen alle OGD-medewerkers gebruikmaken van een uitgebreid leerportaal om zich zo verder te verdiepen in MVO-onderwerpen. Daarnaast biedt de UN Global Compact een wereldwijd erkend beleidskader en een netwerk van bedrijven met dezelfde ambities op MVO-gebied.

4 Toekomstambities

Met ieder jaar leren we meer over hoe we onze MVO ambities kunnen uitbreiden en waarmaken. Het beleid wordt aangescherpt, de meetpunten uitgebreid, de processen verbeterd en de rapportages verder professionaliseert. We kijken vooruit naar 2025 en daarna naar de langere termijn.

4.1 Komend jaar

Duurzame werkplek

Het definiëren van de duurzame werkplek bleek een grotere uitdaging dan gedacht. Daarom willen we dit jaar verder uitzoeken welke aspecten een werkplek duurzaam maken en waar we nog meer samen kunnen werken met onze leveranciers en afvoerders om de circulariteit te bevorderen. Met HP zijn we al in gesprek over hun duurzaamheidspledge, waarin voor een extra bedrag de CO2 gecompenseerd wordt voor ieder apparaat. Dell en Apple hebben al vrij vergevorderde programma's om bijvoorbeeld gerecycled aluminium en plastic zo veel mogelijk te verwerken in hun producten.

Microsoft heeft een dashboard ontwikkeld dat al ingebouwd zit in een aantal standaardlicenties, dat het energieverbruik van de Azure omgeving en van Microsoft 365 kan meten. Een paar van onze consultants kunnen dit dashboard al voor klanten inrichten. Alle informatie en samenwerkingsmogelijkheden worden verwerkt in ons Groene IT Assessment, om ook voor klanten nog duidelijker advies te kunnen geven op welke punten ze kunnen verbeteren.

Business opportunities

Met het uitvoeren van de Dubbele Materialiteitsanalyse, zaten we om tafel met verschillende klanten, partners en leveranciers. Anders dan de IT-managers waar onze accountmanagers vaak mee praten, hebben we nu op strategisch niveau met de MVO-managers of CSRD-coördinatoren gepraat. Het was erg interessant om te horen hoe zij sociale- en duurzaamheidsaspecten integreren in de bedrijfsvoering. Het zorgde voor nieuwe inzichten op het gebied van kansen en risico's, die we meenemen in onze eigen MVO-strategie.

In 2025 willen we de MVO-stuurgroep veranderen. Nu zijn het vooral interne stakeholders, waarmee we door het jaar heen al vaker contact hebben. Het MVO-Team mist echter nog aansluiting bij de dienstverlening. Daarom willen we een stuurgroep inrichten met juist de collega's uit de Verkoop, Accountmanagement, Consultancy en Service Delivery Management kanten. We willen met hen minstens

eens in het kwartaal een sessie organiseren om ze deels te informeren over ontwikkelingen op MVO vlak, intern en in de branche, deels om ze te inspireren ook met directie en MVO-managers om tafel te gaan met onze duurzame proposities.

Een andere invalshoek zou zelfs nog kunnen zijn om andere organisaties bekend te maken met onze manier van werken, diversiteitsbeleid en Safe Place project. Aangezien wij hier vrij ver in zijn, kunnen we advies en hulp bieden, mochten klanten of partners hiermee worstelen.

Activiteiten bundelen

In 2024 waren er vrij veel themaweken vanuit verschillende hoeken. Het geluid uit de organisatie was dat het wat veel werd en dit zagen we ook in de terugloop van deelnemers. Daarom willen we in 2025 met de verschillende commissies en afdelingen beter afstemmen wat de hoofdthema's zijn en hier gezamenlijk aandacht aan geven. Zo bundelen we de krachten en zorgen we voor meer overzicht voor onze collega's, wanneer er wat georganiseerd wordt.

Team en structuur

Er staan wat veranderingen op de agenda voor de samenstelling van het MVO-Team. 1 full time en 2 beperkte part time functies, zorgt er soms voor dat teamoverleggen lastig te plannen zijn. Ook is 1 dag in de week te weinig om echt goed in het strategische aspect te kunnen duiken. Daarom werken we toe naar 2 MVO-Ambassadeurs van beiden 3 of 4 dagen in de week. Qua totaal uren blijft de inzet hetzelfde, echter wordt samenwerking makkelijker en de aandacht gelijkmatig verdeeld.

Er moet dit jaar gekeken worden of we de MVO-Prestatieladder certificering op niveau 3 opnieuw aangaan voor drie jaar. De CSRD rapportage staat er voor het eerst aan te komen, en alle platformen moeten jaarlijks bijgewerkt blijven. Ook moet er beslist worden of we de UN Global Compact aangaan met wederom een assessment van waar we staan en waar we naartoe willen werken. Hier horen lange termijn doelen bij die we na zullen moeten leven. Deels staan deze natuurlijk al in ons beleid, maar deels vraagt de UN Global Compact naar nog meer meetbare resultaten. En het betekent natuurlijk een extra rapportage. Bij alle ratings, rapportages en platformen zullen we kritisch moeten kijken welke voor ons het meest relevant zijn en ons ondersteunen en stimuleren in het blijvend verbeteren van MVO binnen OGD.

4.2 Lange termijn

Hoe zou de ideale wereld er over 5, 10 of 50 jaar uitzien volgens OGD? Een grote vraag, waarop iedere medewerker waarschijnlijk een net iets ander antwoord geeft. Maar de strekking zal hetzelfde zijn: wij willen een wereld waarin onze ict-diensten ondersteunend zijn voor goede organisaties die de een duurzame en inclusieve samenleving nastreven. En dat wij zelf natuurlijk de fijnste werkgever zijn in IT-land! Een erg brede droom,

- Uitbreiden MVO-Dashboard

met meer kengetallen, doelstellingen met streefjaar en eventueel een extra SDG

- Inzicht en invloed in de keten

van leverancier tot klant, MVO-breed

- MVO-Partnerschappen

Wij willen in de toekomst meer partnerschappen opbouwen en uitbreiden binnen maar ook juist buiten de ict-scope. Samenwerking gaat verder dan het leveren van diensten. Wij hebben mensen in huis met een grote variatie aan kennis en kunde, die graag een steentje bijdragen aan het maatschappelijk belang. We gaan de komende jaren de grenzen verleggen wat betreft de mogelijkheden op samenwerkingsgebied.

- Inspirator zijn voor andere organisaties

Verder benoemen we nog een keer de lange termijn targets uit ons MVO-beleid:

Lange termijn targets

- Gendergelijkheid: In 2030 bestaat minimaal 30% van onze medewerkers uit mensen die zich identificeren als vrouw.
- Verantwoorde consumptie en productie: In 2030 is ten minste 50% van de hardware die we leveren of leasen aan klanten gerecycled, refurbished of repairable. Voor 2030 wordt alle hardware die wij leveren/leasen aan onze klanten 100% op een duurzame en verantwoorde manier afgevoerd.
- Klimaatactie: in 2035 is OGD een CO2 neutrale organisatie.

Tot slot willen we niet alleen meegaan in ontwikkelingen die verduurzaming, toekomstbestendigheid en een veilige, inclusieve werkplek bevorderen, maar hierin koploper zijn. We merken nu al dat onze medewerkers met initiatieven komen (kijk bijvoorbeeld naar Safe Place) die vooruitstrevend zijn, en die als voorbeeld kunnen dienen in de branche. Wij willen onze medewerkers de ruimte blijven bieden en open blijven staan voor dit soort ideeën en initiatieven, zelf al groeit en verandert de organisatie. Het recht van initiatief en het transparante open deuren beleid blijft bestaan en blijven we stimuleren. Want samen zijn we nog steeds slimmer.

