

Resultaten Dubbele Materialiteitsanalyse

Miko Group 2023

In overeenstemming met de CSRD en de ESRS.

1	CONTEXT VAN HET ONDERZOEK	2
1.1	CSRD EN ESRS	2
1.2	STAKEHOLDERS	2
1.3	DUBBELE MATERIALITEIT	2
2	ONDERZOEKSAMENSTELLING	4
2.1	DEEL 1: ONDERWERPSDEFINIËRING (WERKGROEP)	5
2.2	DEEL 2: IMPACT MATERIALITEITSANALYSE (STAKEHOLDERS)	6
2.3	DEEL 3: IMPACT MATERIALITEITSANALYSE (DIRECTIE)	11
2.4	DEEL 4: FINANCIËLE MATERIALITEITSANALYSE (DIRECTIE)	12
3	ONDERZOEKSRESULTATEN	14
3.1	MATERIALITEITSONDERWERPEN MIKO 2023	14
3.2	FINANCIËLE & IMPACT MATERIALITEIT	15
3.3	FINANCIËLE MATERIALITEIT	16
3.4	IMPACT MATERIALITEIT	17
4	BIJLAGEN	19
4.1	ONDERWERPEN EN DEFINITIES	19
4.2	FINANCIËLE (KANSEN EN RISICO) SCORES EN TOELICHTINGEN	20
4.3	IMPACT SCORES	22
4.4	IMPACT TOELICHTINGEN	28
4.5	VOLLEDIGHEID ONDERWERPENLIJST	65
4.6	VRIJBLIJVENDE TIPS VAN STAKEHOLDERS	72
4.7	ONDERZOEKSBIJLAGEN MAAS	75

1 Context van het onderzoek

1.1 CSRD en ESRS

De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) is onderdeel van de Green Deal van de EU en trad in werking op 5 januari 2023. Deze richtlijn vereist dat grote bedrijven rapporteren over hun impact op mensen en het milieu, evenals de sociaal en milieu gerelateerde risico's en kansen van hun bedrijfsactiviteiten. Als uitbreiding op de CSRD zijn de European Sustainability Reporting Standards (ESRS) ontwikkeld, welke dienen als standaard voor de rapportage binnen de CSRD.

Om vast te stellen over welke onderwerpen gerapporteerd moet worden volgens de ESRS, heeft de Miko Group een dubbele materialiteitsanalyse (DMA) uitgevoerd. Hierbij zijn op de impact dimensie en op de financiële dimensie getoetst wat de impact, risico's en kansen van deze onderwerp zijn voor de Miko Group. Het DMA-proces is getoetst aan de hand van fysieke dialogen onder de directie en onder een survey-uitvraag aan de medewerkers, klanten en leveranciers.

1.2 Stakeholders

Stakeholders zijn personen of Groepen die invloed kunnen uitoefenen op of beïnvloed kunnen worden door een bepaalde onderneming of activiteit. Er zijn twee hoofdGroepen stakeholders:

- **Beïnvloedde stakeholders:** Individuen of Groepen wiens belangen worden beïnvloed of beïnvloed kunnen worden - zowel positief als negatief - door de activiteiten van de onderneming en haar directe en indirecte zakelijke relaties in haar waardeketen.
- **Gebruikers van ESG-informatie:** De primaire gebruikers van algemene financiële rapporten (huidige en potentiële investeerders, kredietverstrekkers en andere schuldeisers, waaronder vermogensbeheerders, kredietinstellingen, verzekeringsmaatschappijen), evenals andere gebruikers, waaronder zakelijke partners van de onderneming, vakbonden en sociale partners, het maatschappelijk middenveld en niet-gouvernementele organisaties, overheden, analisten en academici.

Het is mogelijk dat sommige stakeholders tot beide bovengenoemde Groepen behoren.

1.3 Dubbele materialiteit

Dubbele materialiteit (double materiality) refereert aan twee gerelateerde dimensies: impact materialiteit en financiële materialiteit.

- **Impact materialiteit** richt zich op de impact van een organisatie. Dit houdt in dat er gekeken wordt naar de gevolgen van de activiteiten van een organisatie op gebieden als het milieu, sociale kwesties en andere duurzaamheidsaspecten (hier bevinden zich voornamelijk 'beïnvloedde stakeholders').
- **Financiële materialiteit** gaat over de potentiële gevolgen van deze duurzaamheidsaspecten op de financiële prestaties van een organisatie, zoals de financiële positie, prestaties, cashflows en toegang tot financiering 'Gebruikers van ESG-informatie'.

Miko heeft zich bij de uitvoering van de impact-, risico- en kansanalyse geconcentreerd op gebieden waar deze waarschijnlijk zullen optreden, op basis van de activiteiten, zakelijke relaties en geografische focus. Miko heeft in het onderzoek ook overwogen hoe zij wordt beïnvloed door de afhankelijkheid van natuurlijke, menselijke en sociale hulpbronnen.

1.3.1 Impact materialiteit

Impact materialiteit verwijst naar de relevantie van een ESG-onderwerp vanuit het perspectief van de werkelijke of potentiële invloed op mensen of het milieu op korte, middellange of lange termijn. Deze invloeden zijn gelinkt aan de eigen operaties en waardeketen van een organisatie, waaronder producten, diensten en zakelijke relaties.

- **Negatieve Invloeden:** De beoordeling van de materialiteit is gebaseerd op de ernst en waarschijnlijkheid van de impact. Ernst wordt beoordeeld op schaal, reikwijdte en onherstelbaar karakter. Bij potentiële negatieve gevolgen voor de mensenrechten heeft de ernst voorrang op de waarschijnlijkheid.

- **Positieve Invloeden:** De materialiteit is gebaseerd op schaal en reikwijdte voor werkelijke invloeden, en schaal, reikwijdte en waarschijnlijkheid voor potentiële invloeden.

De impact materialiteit is in dit onderzoek bij Miko is getoetst onder de directie en de stakeholders medewerkers, klanten en leveranciers. De beïnvloede stakeholders krijgen hier de gelegenheid hun belang te communiceren naar de Miko Group.

1.3.2 Financiële materialiteit

Financiële materialiteit binnen ESG-verslaglegging verbreedt het begrip materialiteit dat gebruikt wordt bij het bepalen welke informatie in de financiële verklaringen van een organisatie moet worden opgenomen. Deze beoordeling betreft informatie die als materieel wordt beschouwd voor de primaire gebruikers van algemene financiële rapportages bij beslissingen over het verstrekken van middelen aan de entiteit. Materiële informatie kan invloed hebben op de beslissingen van deze gebruikers, vooral als het weglaten, verkeerd voorstellen of verdoezelen van die informatie hun beslissingen kan beïnvloeden.

Een onderwerp is financieel materieel als het materiële financiële effecten op de Miko Group kan veroorzaken. Dit betreft zaken die risico's of kansen genereren die van materieel belang kunnen zijn voor de ontwikkeling, financiële positie, financiële prestaties, kasstromen, toegang tot financiering of kapitaalkosten van de Miko Group op korte, middellange of lange termijn. Hierbij kunnen risico's en kansen voortkomen uit zowel het verleden als de toekomst.

Financiële materialiteit van een onderwerp is niet alleen beperkt tot zaken die de Miko Group kan beheersen, maar omvat ook materiële risico's en kansen die te maken hebben met zakelijke relaties met andere organisaties of stakeholders.

Afhankelijkheden van natuurlijke, menselijke en sociale bronnen kunnen financiële risico's of kansen vormen. Deze afhankelijkheden kunnen invloed hebben op de capaciteit van de Miko Group om de benodigde middelen voor haar bedrijfsprocessen te verkrijgen of te gebruiken, evenals op haar vermogen om te vertrouwen op noodzakelijke zakelijke relaties onder aanvaardbare voorwaarden.

De financiële materialiteitsanalyse is getoetst onder de directie, de directe gebruikers van ESG-informatie, voorbereid door een Werkgroep en externe ESG-expertise.

1.3.3 Score en materialiteit

Een onderwerp is materialiteit als het op één van de twee dimensies (impact of financieel) tot 50% van de belangrijkste onderwerpen toebehoort op basis van de gerangschikte beoordelingen. 16 onderwerpen worden in totaal getoetst, het aantal materialiteitsonderwerpen zal minstens 8 onderwerpen zijn en maximaal 16.

Deze benadering is gekozen om de uitvoerbaarheid van de materialiteitsonderwerpen te bewaken. Tenzij het scenario optreedt dat de impact op de stakeholders niet gelijk zijn aan de kansen en risico's voor het bedrijf, in dat geval zal de prioriteit over 16 onderwerpen verdeeld moeten worden.

2 Onderzoeksamenstelling

Onderzoeksfase	Omschrijving	Divisie	Betrokkenen	Dialogovorm
Deel 1 Onderwerpsdefiniering	Werkoverleg met Werkgroep voor het verfijnen en goedkeuren van de onderwerpenlijst en het onderzoek.	Miko Group (holding)	Werkgroep	Digitale meeting (1 uur)
Deel 2 Impact materialiteitsanalyse (Stakeholders)	Een digitale survey met de 16-ESG onderwerpen. De stakeholder beoordeelt elk onderwerp op de schaal van 1 tot 5 naar 'hoe belangrijk dit onderwerp voor hen als stakeholder is'. Hieruit wordt opgemaakt waar de Miko Group de grootste impact maakt.	- Australië - Denemarken - MAAS - Miko Koffie België (productie) - Miko Koffie België (sales) - Miko Koffie Duitsland - Miko Koffie Frankrijk - Miko Koffie Nederland - Miko Koffie Slowakije - Miko Koffie Tsjechië - Miko Koffie UK - Noorwegen - SAS - TIN - Zweden	Stakeholders (3209) - Alle medewerkers (1434) - De grootste leveranciers van de Miko Group + de kritische leveranciers van MAAS + de sociale partners van MAAS (172) - De 15 grootste klanten in elk operationeel land + alle klanten van MAAS (1415)	Survey (2 weken open, reminder na 1 week)
Deel 3 Impact materialiteitsanalyse (Directie)	De Directie van de Miko Group beoordeelt de 16 onderwerpen op de <u>mate van impact van de Miko Group op de omgeving</u> .	Miko Group (holding)	Directie	Meeting (1,5 uur)
Deel 4 Financiële materialiteitsanalyse (Directie)	De Directie van de Miko Group beoordeelt de 16 onderwerpen op de <u>kansen en risico's voor de Miko Group</u> .	Miko Group (holding)	Directie	Meeting (1,5 uur)

2.1 Deel 1: Onderwerpsdefiniëring (Werkgroep)

Onderzoeksfase	Deel 1	
Onderzoekstitel	Onderwerpdefiniering	
Omschrijving	Werkoverleg met Werkgroep voor het verfijnen en goedkeuren van de onderwerpenlijst en het onderzoek.	
Divisie	Miko N.V. (holding)	
Betrokkenen	Werkgroep	
Individuen	Frans van Tilborg	CEO
	Katelijne Vos	HR Director
	Dirk Hermans	Director Purchase
	Karl Hermans	Managing Director SAS Group
	Stijn Michelsen	Director Export – Green Coffee
	Philip Wouters	General Counsel
	Bart Laps	Plant Manager
	Bob Kroll (Kroll SR)	ESG Consultant (extern)
Dialoogvorm	Meeting (1,5 uur)	
Locatie	Digitaal via MC Teams	
Datum	11 september	
Beknopte resultaten	<u>4.1. Onderwerpen en definities</u> (pagina 19)	
Volledige resultaten	n.v.t.	
Afwijkingen	Geen	

Tijdens deze onderzoeksfase is met de Werkgroep (onder begeleiding van Kroll SR) de conceptuele onderwerpenlijst en onderwerpsdefinities besproken, verfijnd en aangescherpt vanuit input van de Werkgroep. Tevens is tijdens dit overleg het onderzoeksplan gepresenteerd, doorgenomen en verfijnd voor een passende uitvoering en hoge response rate bij het deel 2 onderzoek.

2.2 Deel 2: Impact materialiteitsanalyse (Stakeholders)

Onderzoeksfase	Deel 2
Onderzoekstitel	Impact materialiteitsanalyse (Stakeholders)
Omschrijving	Een digitale survey met de 16-ESG onderwerpen. De stakeholder beoordeelt elk onderwerp op de schaal van 1 tot 10 naar 'hoe belangrijk dit onderwerp voor hen als stakeholder is'. Hieruit wordt opgemaakt waar de Miko Group de grootste impact maakt.
Divisie	Alle divisies van de Miko Group
Betrokkenen	Medewerkers, klanten en leveranciers
Individen	n.v.t.
Dialogvorm	Survey
Locatie	Online
Datum	Periode november en december 2023
Beknopte resultaten	<u>3.2 Financiële & impact materialiteit</u> op pagina 15 <u>3.4 Impact materialiteit</u> op pagina 17
Volledige resultaten	<u>4.3 Impact scores</u> vanaf pagina 22 <u>4.4 Impact toelichtingen</u> vanaf pagina 28 <u>0</u> <u>Volledigheid</u> onderwerpenlijst vanaf 65 <u>4.6 Onderzoeksbijlagen MAAS</u> vanaf 75
Afwijkingen	Dochterbedrijf MAAS heeft in Q1 2023 al een impact materialiteitsanalyse uitgevoerd. Deze scores zijn namens de stakeholders van MAAS gebruikt in de DMA van de Miko Group. Voor een omschrijving van het onderzoek, zie 2.2.4 <i>Impactonderzoek MAAS</i> op pagina 9. Voor de resultaten, zie 4.7 <i>Onderzoeksbijlagen MAAS</i> op pagina 75. De klanten Denemarken zijn niet bevraagd via de Miko survey omdat Freehand DK zelf een klantensurvey heeft uitgevoerd. Om zorgvuldig de contactmomenten in te richten met stakeholders is de ESG-onderwerpen survey gedeeltelijk meegenomen in het klantenonderzoek. Zie 2.2.5 <i>Onderzoek Miko Denemarken</i> op pagina 10. De klanten in Frankrijk zijn niet bevraagd uit commerciële redenen. In Frankrijk zijn er jaarlijks significante onderhandelingen met de klanten, die zijn bepalend of het contract al dan niet verlengd wordt. Omdat het bij de huidige klanten momenteel dus niet zeker is of de contracten verlengd zullen worden, ligt het gevoelig om hen nu deze survey te bezorgen. Eens de contracten herbevestigd zijn, kunnen deze opnieuw uitgezet worden, om evt. later toegevoegd te worden.

2.2.1 De survey

Via SurveyMonkey wordt er een digitale survey verspreid in vier talen onder de stakeholders. In de survey wordt er gevraagd om de 16 onderwerpen te beoordelen op een schaal van 1 tot 10 naar belang voor de betreffende stakeholder.

Voor een voorbeeld van de survey, klik op een van de onderstaande testlinks;

1. [Nederlandse versie](#)
2. [Engelse versie](#)
3. [Franse versie](#)
4. [Duitse versie](#)

De vraag die per ESG-onderwerp is gesteld;

Hoe belangrijk is het voor jou als stakeholder dat Miko de komende 10 jaar extra aandacht aan dit onderwerp geeft?

De schaalverdeling is als volgt:

1		5		10
---	--	---	--	----

Minst belangrijk		Belangrijk		Meest belangrijk
------------------	--	------------	--	------------------

Vervolgens heeft de stakeholder de gelegenheid gekregen om een kwalitatieve toelichting te geven per beoordeling.

Aan het eind van de survey zijn twee extra open vragen gesteld;

- ***Naast bovengenoemde onderwerpen, zijn er nog andere onderwerpen die voor jou als stakeholder belangrijk zijn?***

Met deze vraag kan er getoetst worden of het onderzoek voor de belangen van de stakeholder inderdaad volledig is opgezet.

- ***Heb je nog tips, ideeën of suggesties hoe Miko haar ESG-impact kan uitbreiden en verbeteren?***

De resultaten van deze vragen kunnen gebruikt worden om onderwerpen inhoudelijk invulling te geven op het gebied van beleid, acties, samenwerkingen en initiatieven.

2.2.2 Respondenten

Deze Miko survey is verstuurd naar alle huidige medewerkers binnen de Miko Group (711), de grootste leveranciers van de Miko Group-niveau (67) en de 15 grootste klanten van elke divisie (180). Ze hebben minstens twee weken de tijd gehad om te reageren op de survey en na 1 week geen reactie zijn herinneringen verstuurd.

De populatie en response-aantallen die hieronder weergegeven zijn, zijn inclusief het in Q1 2023 uitgevoerde materialiteitsanalyse van MAAS.

Specificering impact analyse	Respondenten	Populatie	Response rate
Directie Miko Group	7	7	100%
Directie Miko Group - Miko Group	7	7	100%
Klanten	119	1596	7%
Klanten - Australië	1	15	7%
Klanten - België (MCS)	2	15	13%
Klanten - Denemarken	2	15	13%
Klanten - Duitsland	4	15	27%
Klanten - MAAS	73	1416	5%
Klanten - Nederland	9	15	60%
Klanten - Noorwegen	1	15	7%
Klanten - Polen	4	15	27%
Klanten - SAS	7	15	47%
Klanten - Slowakije	5	15	33%
Klanten - Tsjechië	2	15	13%
Klanten - United Kingdom	3	15	20%
Klanten - Zweden	6	15	40%
Leveranciers	60	172	35%
Leveranciers - MAAS	33	105	31%
Leveranciers - Miko Group	27	67	40%
Medewerkers	581	1434	41%
Medewerkers - Australië	15	25	60%
Medewerkers - Denemarken	46	58	79%
Medewerkers - MAAS	148	665	22%
Medewerkers - Miko Group (holding)	26	31	84%
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)	23	52	44%
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)	53	99	54%
Medewerkers - Miko Koffie Duitsland	14	23	61%
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk	42	49	86%
Medewerkers - Miko Koffie Nederland	50	69	72%
Medewerkers - Miko Koffie Polen	1	30	3%
Medewerkers - Miko Koffie Slowakije	8	11	73%
Medewerkers - Miko Koffie Tsjechië	6	8	75%
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom	60	101	59%
Medewerkers - Noorwegen	21	38	55%
Medewerkers - SAS	30	93	32%
Medewerkers - TIN	4	4	100%
Medewerkers - Zweden	34	78	44%
Grand Total	767	3209	24%

2.2.3 Weging

De verdeling van de impactbeoordelingen zijn tussen de directie en de stakeholders elk 50%. De 50% van de 7 directieleden zijn gelijk verdeeld over de leden. De 50% van de stakeholdersgroepen zijn gelijk verdeel tussen de drie groepen medewerkers (33,3%), klanten (33,3%) en leveranciers (33,3%). De medewerkers en leveranciers hebben geen verdere onderverdeling. De klanten zijn gesegmenteerd per divisie en vervolgens zijn de scores van de divisies verdeeld naar ratio van de jaaromzet binnen de Miko Group over 2022.

Divisie	Aandeel omzet
Australië	3%
Denemarken	6%
MAAS	28%
Miko Koffie België (productie)	5%
Miko Koffie België (sales)	8%
Miko Koffie Duitsland	3%
Miko Koffie Frankrijk	6%
Miko Koffie Nederland	5%
Miko Koffie Slowakije	1%
Miko Koffie Tsjechië	1%
Miko Koffie Polen	1%
Miko Koffie UK	7%
Noorwegen	3%
SAS	16%
TIN	1%
Zweden	5%
Totaal	100%

2.2.4 Impactonderzoek MAAS

Dochterbedrijf MAAS heeft begin 2023 een impact materialiteitsanalyse uitgevoerd. Deze scores zijn actueel genoeg om mee te nemen in de impact materialiteitsanalyse van Miko. Het impactonderzoek is zeer vergelijkbaar en bruikbaar in het onderzoek van Miko. De gebruikte onderwerpen en definities bevatten wel verschillen, maar komen zodanig overeen dat de binding tussen de MAAS en Miko-onderwerpen eenvoudig is.

Voor een overzicht van deze onderwerpen, definities, de gebruikte koppeling tussen de MAAS en Miko-onderwerpen en de resultaten, zie de bijlage [4.7 Onderzoeksbijlagen MAAS](#) vanaf 75.

Het onderzoek is destijds uitgevoerd primair om compliant te zijn aan de GRI-verslagleggingseisen voor het CSR-verslag 2022 van MAAS. Het uitgevoerde MAAS onderzoek bevatte verschillen fasen;

- **Vorbereidingsfase:** Deze fase omvatte het vaststellen van cruciale definities, het identificeren van relevante stakeholdergroepen, het opstellen van een vragenlijst, en de technische opzet van het onderzoek.
- **Deel 1:** Dit deel bestond uit twee subfasen:
 - a. **Deel 1a (Stuurgroep):** Hier werden 13 concept-impactonderwerpen en een concept-stakeholderonderzoeksplan besproken. De stuurgroep, bestaande uit leden zoals Arian van Balen (KAM+) en Marc van Houten (Inkoop COGS), richtte zich op de verfijning en voorbereiding van de volgende fasen van het onderzoek.
 - b. **Deel 1b (Duurzaamheidsteam):** Het Duurzaamheidsteam van MAAS beoordeelde de 13 impactonderwerpen op belang voor de organisatie en keurde de Stakeholderonderzoeksopzet voor Deel 2 goed. Dit onderdeel vond plaats in een open dialoogvorm, waarbij elk onderwerp op zijn belang voor de komende 10 jaar werd beoordeeld.
- **Deel 2 (Stakeholders):** In deze fase werd een kwantitatieve beoordeling van de 13 impactonderwerpen door stakeholders uitgevoerd. De betrokken stakeholders omvatten medewerkers, klanten, leveranciers en sociale partners. De evaluatie werd gedaan via een digitale survey, ontworpen om de relevantie van de impactonderwerpen voor elke stakeholdergroep te meten.
- **Afrondende fase:** Na de verzameling van gegevens, volgde een grondige analyse en de presentatie van de onderzoeksresultaten. Dit omvatte de resultaten van zowel Deel 1b als Deel 2.

2.2.5 Onderzoek Miko Denemarken

Miko Denemarken heeft in de periode oktober-december ongeveer 10 kwalitatieve interviews gehouden met haar grootste klanten om te begrijpen wat belangrijk is voor hen als het gaat om ESG.

De gemeenschappelijke antwoorden en de topprioriteiten zijn:

- CO₂-reductiedoelstellingen (Scope 1 en 2 is eenvoudig en is al gedaan. De uitdaging ligt in scope 3).
- Omvat doelstellingen voor energiereductie.
- Biodiversiteit/bescherming van het milieu.
- Fairtrade en sociale aspecten met betrekking tot het betalen van een eerlijke prijs aan de boeren.
- Documentatie en validatie van gegevens van solide derde partijen.

Deze klantconclusies worden ondersteund door een zeer uitgebreide analyse die in maart 2023 is uitgevoerd onder meer dan 1000 consumenten. De onderzoeksconclusies geven aan dat van deze consumenten;

- 68% aangeeft dat Miko Group "de natuur moet beschermen",
- 65% aangeeft dat Miko Group "de planeet in goede conditie moet houden voor de volgende generaties",
- 53% aangeeft dat Miko Group "vervuiling moet voorkomen",
- 40% aangeeft dat Miko Group "moet streven naar dierenwelzijn".

2.3 Deel 3: Impact materialiteitsanalyse (Directie)

Onderzoeksfase	Deel 3	
Onderzoekstitel	Impact materialiteitsanalyse (Stakeholders)	
Omschrijving	De Directie van de Miko Group beoordeelt de 15 onderwerpen op <u>de mate van impact van de Miko Group op de omgeving</u> .	
Divisie	Miko N.V. (holding)	
Betrokkenen	Uitvoerende directie	
Individueen	Frans van Tilborg	CEO
	Evy Verhulst	CFO
	Katelijne Vos	HR Director
	Dirk Hermans	Director Purchase
	Karl Hermans	Managing Director SAS Group
	Stijn Michelsen	Director Export – Green Coffee
	Philip Wouters	General Counsel
Dialoogvorm	Fysiek	
Locatie	Hoofdkantoor Miko in Turnhout	
Datum	Maandag 5 december 2023	
Beknopte resultaten	<u>3.2 Financiële & impact materialiteit</u> op pagina 15 <u>3.4 Impact materialiteit</u> op pagina 17	
Volledige resultaten	Kwantitatieve resultaten <u>4.3.1 Directie</u> op pagina 22 Kwalitatieve resultaten <u>4.4.1 Directie</u> op pagina 28	
Afwijkingen	Bart Laps en Eliene van Aken hebben de sessie bijgewoond en inhoudelijk meegediscussieerd.	

Samen met onderzoek Deel 2, waar de stakeholders ondervraagd zijn via een survey, vormen deze twee onderzoeken de impact materialiteitsanalyse. Het verschil is dat de directie een bredere inschatting van de impact per onderwerp maakt dan de stakeholders door het overzicht dat zij hebben als organisatie. Op deze manier zijn de inhoudelijke uitkomsten meer direct bruikbaar voor de uitvoering van eventueel te formuleren beleid. Het gemiddelde (50/5) van beide onderzoeken heeft geresulteerd in de definitieve beoordeling van de impact materialiteitsanalyse.

De directie heeft dialoogvorm (onder begeleiding van Kroll SR) de 16 onderwerpen beoordeelt op significantie van huidige of toekomstige impact op de omgeving (milieu en maatschappij) van de Miko Group. Per onderwerp is de vraag gesteld;

Hoe significant is de huidige of toekomstige impact van dit onderwerp van de Miko Group op haar omgeving?

Het antwoord op deze vraag is een beoordeling van 1 tot 10 en een kwalitatieve toelichting.

1		5,5		10
Niet significant	Potentieel significant	Significant	Zeer significant	Significantst

Bij elke beoordeling is een kwalitatieve toelichting opgehaald. Dit is tevens onderdeel van het ESG-due diligence proces. Bij het geven van een beoordeling is het volgende in acht worden genomen:

Voor daadwerkelijke negatieve effecten is de materialiteit gebaseerd op de ernst van de impact, terwijl voor potentiële negatieve effecten de ernst en waarschijnlijkheid van de impact is gebaseerd. De ernst is gebaseerd op de volgende factoren:

- de schaal;
- reikwijdte; En
- onherstelbare aard van de impact.

In het geval van een potentieel negatief effect op de mensenrechten, heeft de ernst van het effect voorrang op de waarschijnlijkheid ervan. Voor positieve effecten is materialiteit gebaseerd op;

- de schaal en reikwijdte van de impact voor daadwerkelijke effecten; en
- de schaal, reikwijdte en waarschijnlijkheid van de impact voor potentiële effecten.

2.4 Deel 4: Financiële materialiteitsanalyse (Directie)

Onderzoeksfase	Deel 4	
Onderzoekstitel	Impact materialiteitsanalyse (Stakeholders)	
Omschrijving	De Directie van de Miko Group beoordeelt de 16 onderwerpen op <u>de mate van kansen en risico's van de omgeving op de Miko Group.</u>	
Divisie	Miko N.V. (holding)	
Betrokkenen	Uitvoerende directie	
Individueen	Frans van Tilborg	CEO
	Evy Verhulst	CFO
	Katelijne Vos	HR Director
	Dirk Hermans	Director Purchase
	Karl Hermans	Managing Director SAS Group
	Stijn Michelsen	Director Export – Green Coffee
	Philip Wouters	General Counsel
Dialoogvorm	Fysiek	
Locatie	Hoofdkantoor Miko in Turnhout	
Datum	Maandag 5 december 2023	
Beknopte resultaten	<u>3.2 Financiële & impact materialiteit</u> op pagina 15. <u>3.3 Financiële materialiteit</u> op pagina 16.	
Volledige resultaten	Kwantitatieve en kwalitatieve resultaten; <u>4.2 Financiële (kansen en risico) scores en toelichtingen</u> op pagina 20.	
Afwijkingen	Bart Laps en Eliene van Aken hebben de sessie bijgewoond en inhoudelijk meegediscussieerd.	

De Directie heeft dialoogvorm (onder begeleiding van Kroll SR) de 16 onderwerpen op significantie van kansen en risico's voor de Miko Group beoordeeld. Hierbij is er beredeneerd vanuit risico's en kansen voor de organisatie in de toekomst, op de korte (1 jaar), middellange (5 jaar) en lange termijn (10 jaar). Per onderwerp zal de vraag worden gesteld;

Hoe significant is een potentieel positieve of negatieve impact van dit onderwerp op Miko Group de komende 1, 5 en 10 jaar?

Het antwoord op deze vraag is een beoordeling van 1 tot 5 en een kwalitatieve toelichting.

1		5,5		10
Niet significant	Potentieel significant	Significant	Zeer significant	Significantst

Bij elke beoordeling is een kwalitatieve toelichting opgehaald. Dit is tevens onderdeel van het ESG-due diligence proces. Bij het geven van een beoordeling per onderwerp inzake de financiële materialiteit, is het volgende in overweging meegenomen:

- **Potentiële financiële effecten:** Het onderwerp moet de potentie hebben om materiële financiële gevolgen te hebben voor de organisatie. Dit kan zowel in positieve (kansen) als negatieve (risico's) zijn.
- **Breed spectrum van impact:** Onderwerpen kunnen van invloed zijn op verschillende aspecten van de financiële gezondheid van een organisatie, waaronder de ontwikkeling, financiële positie, financiële prestaties, kasstromen, toegang tot financiering en kapitaalkosten.
- **Tijdsdimensie:** Risico's en kansen moeten worden beoordeeld op hun mogelijke impact op korte (1 jaar), middellange (5 jaar) en lange termijn (10 jaar).
- **Invloed op besluitvorming:** Het onderwerp moet van zodanige aard zijn dat het de beslissingen van de primaire gebruikers van algemene financiële rapportages kan beïnvloeden. Het niet verschaffen, verkeerd voorstellen of verdoezelen van deze informatie zou de beslissingen van deze gebruikers kunnen verstoren.
- **Externe relaties:** Materiële risico's en kansen kunnen voortvloeien uit zakelijke relaties van de organisatie met andere organisaties of stakeholders, niet alleen uit interne activiteiten.

- **Afhankelijkheid van bronnen:** De organisatie moet rekening houden met haar afhankelijkheden van natuurlijke, menselijke en sociale bronnen. Deze afhankelijkheden kunnen financiële risico's of kansen opleveren die van invloed zijn op het vermogen van de organisatie om middelen te verkrijgen of te gebruiken, of om te vertrouwen op essentiële zakelijke relaties.
- **Waarschijnlijkheid en omvang:** Bij het bepalen van de materialiteit van risico's en kansen moet rekening worden gehouden met zowel de waarschijnlijkheid van hun optreden als de potentiële omvang van hun financiële gevolgen.

3 Onderzoeksresultaten

3.1 Materialiteitsonderwerpen Miko 2023

Uit de dubbele materialiteitsanalyse van de Miko Group 2023 zijn de volgende onderwerpen als materialiteit gedefinieerd;

1. Natuurbehoud en biodiversiteit
2. Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn
3. Klimaatverandering
4. Ethiek en integer bestuur
5. Eerlijke prijzen en lonen
6. Energieverbruik
7. Talent- en medewerkersontwikkeling
8. Verantwoord inkopen
9. Arbeidsomstandigheden in de keten
10. Afval en vervuiling

Materialiteit is gedefinieerd als een top 50%-onderwerp op basis van absolute scores op minstens 1 van de twee dimensies. Voor Miko zijn de eerste 6 onderwerpen zowel vanuit de financiële (risico's en kansen) als uit de impact kant als materialiteit gedefinieerd. De onderwerpen Talent- en medewerkersontwikkeling en Verantwoord inkopen zijn enkel door de financiële dimensie als materialiteit gedefinieerd. De onderwerpen Arbeidsomstandigheden in de keten en Afval en vervuiling zijn enkel door de impact dimensie als materialiteit gedefinieerd.

Over deze 10 onderwerpen dient gerapporteerd te worden conform de ESRS. Over andere onderwerpen mag op vrijwillige basis gerapporteerd worden volgens de ESRS.

De leestip aan de directie is om geheel 3 Onderzoeksresultaten vanaf pagina 14 te lezen. Vervolgens de kwalitatieve toelichtingen door te nemen van de stakeholders onder 4.4 Impact toelichtingen vanaf 28 tot pagina 65, en vervolgens de tips van de stakeholders over hoe Miko haar impact kan verbeteren, onder 4.6 Vrijblijvende tips van stakeholders, vanaf pagina 72 tot 75.

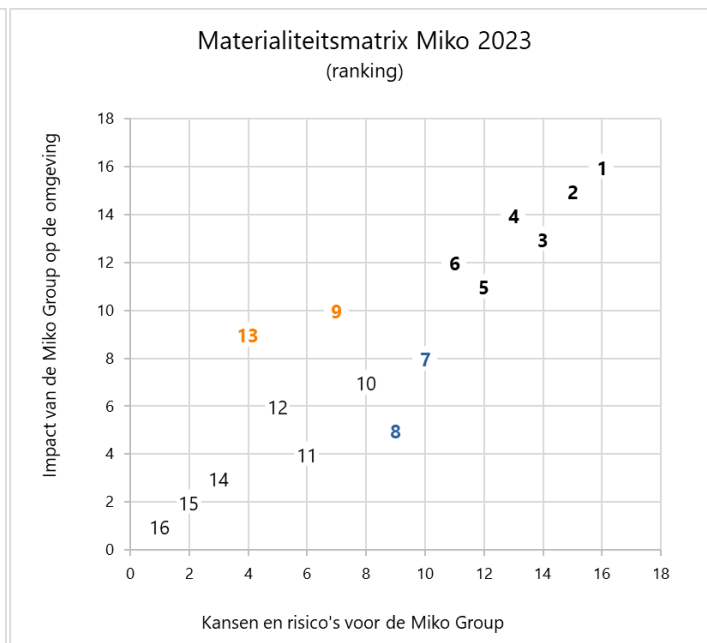
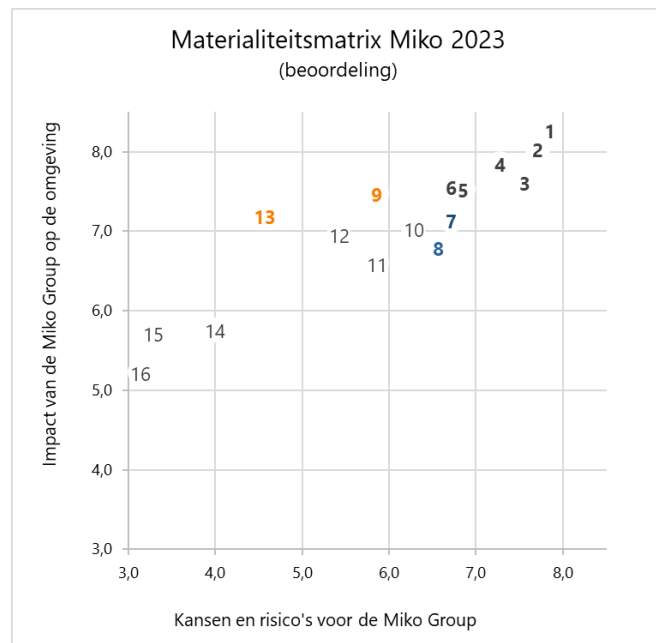
3.2 Financiële & impact materialiteit

Legenda

Financieel & impact	Materialiteit volgens beide dimensies
Financieel	Materialiteit volgens de financiële dimensie
Impact	Materialiteit volgens de impact dimensie
8,3	Grote impact, kans en risico
3,1	Kleine impact, kans en risico

Materialiteit is gedefinieerd als een top 50%-onderwerp op basis van absolute scores op minstens 1 van de twee dimensies.

Thema	#	Materialiteit	Onderwerp	Financiële	Impact	Gemiddeld
Milieu	1	Financieel & impact	Natuurbehoud en biodiversiteit	7,9	8,3	8,1
Sociaal	2	Financieel & impact	Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	7,7	8,0	7,9
Milieu	3	Financieel & impact	Klimaatverandering	7,6	7,6	7,6
Bestuurlijk	4	Financieel & impact	Ethiek en integer bestuur	7,3	7,9	7,6
Sociaal	5	Financieel & impact	Eerlijke prijzen en lonen	6,9	7,6	7,2
Milieu	6	Financieel & impact	Energieverbruik	6,7	7,6	7,1
Sociaal	7	Financieel	Talent- en medewerkersontwikkeling	6,7	7,1	6,9
Bestuurlijk	8	Financieel	Verantwoord inkopen	6,6	6,8	6,7
Sociaal	9	Impact	Arbeidsomstandigheden in de keten	5,9	7,5	6,7
Milieu	10		Duurzaam verpakken en circulariteit	6,3	7,1	6,7
Bestuurlijk	11		Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	5,9	6,6	6,2
Sociaal	12		Sociaal werkgeverschap	5,4	6,9	6,2
Milieu	13	Impact	Afval en vervuiling	4,6	7,2	5,9
Sociaal	14		Gezondheid van de consument	4,0	5,8	4,9
Milieu	15		Watergebruik	3,3	5,7	4,5
Sociaal	16		Betrokkenheid lokale gemeenschappen	3,1	5,2	4,2



3.3 Financiële materialiteit

De financiële materialiteit is vastgesteld door 100% de directie. Zij hebben de onderwerpen een kans- en risicowaardering gegeven op de schaal van 1 tot 10, op basis van de vraag; "Hoe significant is een potentieel positieve of negatieve impact van dit onderwerp op Miko Group de komende 1, 5 en 10 jaar?". De top 50% onderwerpen worden bestempeld als materialiteit.

Voor inhoudelijke verdieping van deze onderzoeksresultaten, zie de bijlage 4.2. Financiële (kansen en risico) scores en toelichtingen vanaf pagina 20.

	Beoordeling directie kansen en risico's (financiële materialiteit)	Gem.	Rank
1	Natuurbehoud en biodiversiteit	7,9	1
2	Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	7,7	2
3	Klimaatverandering	7,6	3
4	Ethiek en integer bestuur	7,3	4
5	Eerlijke prijzen en lonen	6,9	5
6	Energieverbruik	6,7	6
7	Talent- en medewerkersontwikkeling	6,7	7
8	Verantwoord inkopen	6,6	8
9	Duurzaam verpakken en circulariteit	6,3	10
10	Arbeidsomstandigheden in de keten	5,9	9
11	Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	5,9	11
12	Sociaal werkgeverschap	5,4	12
13	Afval en vervuiling	4,6	13
14	Gezondheid van de consument	4,0	14
15	Watergebruik	3,3	15
16	Betrokkenheid lokale gemeenschappen	3,1	16
	Gemiddeld	6,0	16

1. **Natuurbehoud en biodiversiteit** (Score: 7,9): Dit is het topprioriteit voor de Miko Group, met aanzienlijke kansen voor onderscheiding in de markt en significante voordelen verbonden aan klimaatverandering.
2. **Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn** (7,7): Hoewel essentieel, worden deze aspecten niet als grote risico's of kansen beschouwd, maar zijn ze van vitaal belang voor de bedrijfsvoering.
3. **Klimaatverandering** (7,6): De impact op de Miko Group is aanzienlijk, met risico's zoals slechte koffieoogsten door extreem weer, wat kan leiden tot hogere inkooprijzen of het zoeken naar alternatieve leveranciers.
4. **Ethiek en integer bestuur** (7,3): Cruciaal voor de reputatie en operatie van de Miko Group, met hoge risico's bij niet-naleving, zoals boetes en reputatieschade.
5. **Eerlijke prijzen en lonen** (6,9): Afhankelijk van de marktvraag, ziet Miko kansen in het stimuleren van duurzame keuzes bij consumenten.
6. **Energieverbruik** (6,7): Grote kansen voor Miko in energie-efficiëntie en vergroening, met mogelijke investeringen in hernieuwbare energiebronnen zoals windturbines en zonnepanelen.
7. **Talent- en medewerkersontwikkeling** (6,7): Essentieel voor de groei van Miko, maar met beperkte kansen voor verdere ontwikkeling buiten hun huidige inspanningen.
8. **Verantwoord inkopen** (6,3): Gezien als het belangrijkste governance onderwerp, waarbij Miko en andere spelers in de koffiesector een significante impact kunnen hebben op duurzaamheid binnen de gehele waardeketen.

3.4 Impact materialiteit

De impact materialiteit is vastgesteld door 50% de directie en 50% de medewerkers, klanten en leveranciers. Zij hebben de onderwerpen een impactwaardering gegeven op de schaal van 1 tot 10, op basis van de vraag; *“Hoe belangrijk is het voor jou als stakeholder dat Miko de komende 10 jaar extra aandacht aan dit onderwerp geeft?”* voor stakeholders, en *“Hoe significant is de huidige of toekomstige impact van dit onderwerp van de Miko Group op haar omgeving?”* voor de directie. De top 50% onderwerpen worden bestempeld als materialiteit.

Voor inhoudelijke verdieping van deze onderzoeksresultaten, zie de bijlage [4.3 Impact scores](#) vanaf pagina 22 en [4.4 Impact toelichtingen](#) vanaf pagina 28.

Onderwerp	Gem.	Rank
1 Natuurbehoud en biodiversiteit	8,3	1
2 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	8,0	2
3 Ethiek en integer bestuur	7,9	4
4 Klimaatverandering	7,6	3
5 Eerlijke prijzen en lonen	7,6	5
6 Energieverbruik	7,6	6
7 Arbeidsomstandigheden in de keten	7,5	9
8 Afval en vervuiling	7,2	13
9 Talent- en medewerkersontwikkeling	7,1	7
10 Duurzaam verpakken en circulariteit	7,1	10
11 Sociaal werkgeverschap	6,9	12
12 Verantwoord inkopen	6,8	8
13 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	6,6	11
14 Gezondheid van de consument	5,8	14
15 Watergebruik	5,7	15
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen	5,2	16
Gemiddeld	7,1	16

- **Natuurbehoud en biodiversiteit** (8,3), worden door de stakeholders van de Miko Group als essentieel beschouwd. Puro koffie draagt als biologisch en verantwoord product al bij aan het behoud van het regenwoud. Er is een groeiende erkenning van het belang van biodiversiteit voor de toekomst en Puro benadrukt deze toewijding aan natuurbehoud. De aanpak van Miko weerspiegelt een groeiende bewustwording van de noodzaak om zorgvuldig om te gaan met natuurlijke hulpbronnen, en onderstreept het belang van biodiversiteit voor het welzijn van onze planeet.
- **Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn** (8,0), veiligheid, gezondheid en het welzijn van medewerkers is cruciaal voor de Miko Group, vooral in het koffiebrandings- en serviceproces. Stakeholders benadrukken de noodzaak van zowel fysiek als mentaal veilige werkomstandigheden. Veiligheid is een basisvereiste, maar er is ook aandacht nodig voor werkdruk en stressmanagement. Investerings in personeelswelzijn worden als belangrijk gezien voor de productiviteit en het behoud van medewerkers, vooral vanwege de veranderende maatschappelijke context en de nadruk op duurzaamheid. Het aanbieden van opleidingen voor stressbeheersing en herintegratie na ziekte wordt aanbevolen. Medewerkers zien zichzelf primair verantwoordelijk voor hun eigen veiligheid, maar erkennen ook de rol van de organisatie in het bieden van een veilige en gezonde werkomgeving.
- **Ethiek en integer bestuur** (7,9), binnen de Miko Group heeft dit onderwerp een aanzienlijke impact op de omgeving. De nadruk wordt gelegd op een ethische bedrijfsvoering en integer bestuur die strikt nageleefd worden en waarbij geen compromissen worden gesloten. Hoewel, er is ruimte voor verbetering in het productassortiment. De Fairtrade en maatschappelijk verantwoorde Puro koffies worden weliswaar gepromoot, maar de uiteindelijke keuze wordt overgelaten aan de klant en kan altijd nog kiezen voor de standaardoptie. Stakeholders benadrukken het belang van ethisch handelen als waardevol bedrijfsaspect en essentieel voor een moderne organisatie. Transparante communicatie en het betrekken van stakeholders worden gezien als basis voor het succes en de reputatie van Miko.
- **Klimaatverandering** (7,6), met een nadrukkelijke verantwoordelijkheid in de koffiebrand- en leveringsprocessen is dit een impactonderwerp voor Miko. Hoewel de directe impact op klimaatverandering beperkt lijkt, erkent de directie het belang van elke bijdrage aan milieuverbetering. Het is essentieel om de volledige keten, van grondstofwinning tot productie en logistiek, te overwegen voor een duurzame bedrijfsvoering. Stakeholders benadrukken de noodzaak van

ketenverantwoordelijkheid, circulaire economie en het verlagen van de CO₂-voetafdruk. Dit vereist actieve betrokkenheid en innovatie om te voldoen aan toekomstige duurzaamheidseisen en om relevant te blijven in de markt. Het streven naar klimaatneutraal ondernemen is niet alleen een ethische keuze, maar ook een strategische noodzaak voor de Miko Group.

- **Eerlijke prijzen en lonen** (7,6), de Miko Group heeft een significante impact op eerlijke prijzen en lonen in de koffieproductieketen. Door de stijging van Fairtrade koffie van 1% naar 50%, mede dankzij de toenemende marktvraag, toont Miko zijn toewijding aan duurzame handel. Dit wordt breed erkend en gewaardeerd door stakeholders, die het belang van eerlijke lonen en prijzen benadrukken voor zowel de boeren als ketenmedewerkers. Deze aanpak draagt bij aan het bewustzijn van klanten over de impact van hun aankopen, met het doel om 100% Fairtrade koffie te verkopen. De focus op eerlijke handel ondersteunt niet alleen de producenten maar beïnvloedt ook positief de hele keten, van boer tot consument.
- **Energieverbruik** (7,6), vooral het energie-intensieve proces van koffiebranden. Stakeholders benadrukken de urgentie van verduurzaming, gezien de hoge energiekosten en milieu-impact. De recente investering in een windturbine illustreert Miko's inzet voor groene energie. Stakeholders adviseren verdere stappen in de hele keten, van productie tot logistiek, om de CO₂-voetafdruk te verkleinen. Dit sluit aan bij regelgeving, klantverwachtingen en de behoefte aan kostenbesparingen, waarbij duurzaamheid en energie-efficiëntie centraal staan.
- **Arbeidsomstandigheden in de keten** (7,5), met 40% van de producten die eerlijk en Fairtrade gehandeld worden, erkennen stakeholders de noodzaak van volledig Fairtrade handelen, wat afhankelijk is van marktvraag en consumentengedrag. Uitdagingen liggen in controle en naleving binnen productielanden. Er wordt gestreefd naar het uitbannen van kinderarbeid, gedwongen arbeid en het bevorderen van eerlijke verkoop. Dit versterkt sociale verantwoordelijkheid en is cruciaal voor duurzame ontwikkeling en bedrijfsethiek.
- **Afval en vervuiling** (7,2), hoewel het gebruik van koffiebonen weinig afval achterlaat, met koffiedrap die circulair gebruikt kan worden, veroorzaakt het gebruik van single-use bekertjes bij koffiemachines op kantoren en in ziekenhuizen aanzienlijke afvalproblemen. Een ander punt van zorg is het uitgebreide wagenpark van de Miko Group, nodig voor het leveren en onderhouden van koffiemachines. Dit biedt kansen voor milieuverbetering door elektrificatie van het wagenpark. Stakeholders benadrukken het belang van afvalverwerking en de transitie naar een circulaire economie. Er wordt opgeroepen tot betere sortering van restafval, het gebruik van biologisch afbreekbare producten, en het verminderen van verpakkingsafval. De nadruk ligt op verantwoorde afvalverwerking, innovatie in productieprocessen, en samenwerking in de keten om de ecologische voetafdruk te verminderen. Stakeholders zien dit als cruciaal voor de toekomst, zowel voor de Miko Group als voor de bredere samenleving.

4 Bijlagen

4.1 Onderwerpen en definities

Deze lijst met onderwerpen is samengesteld op basis van de volgende bronnen; longlist ESRS, materialiteitsanalyse dochterbedrijf MAAS, externe CSR-expertise (Kroll SR), materialiteit in de sector (JDE Peet en Selecta) en input vanuit de Werkgroep.

Thema (NL)	Nummer	Onderwerp (NL)	Definitie (NL)	ESRS
Milieu	1	Klimaatverandering	De activiteiten van de Miko Group en de keten, die invloed hebben op klimaatverandering en die beschermd moeten worden tegen de gevolgen van klimaatverandering.	ESRS E1 Climate Change
Milieu	2	Energieverbruik	De energie-efficiënte en de mate van groene energie dat verbruikt wordt door de eigen bedrijfsactiviteiten.	ESRS E1 Climate Change
Milieu	3	Afval en vervuiling	De afvalstromen en luchtvervuiling die ontstaan uit de bedrijfsactiviteiten van de Miko Group.	ESRS E2 Pollution ESRS E5 Resource Use and Circular Economy
Milieu	4	Duurzaam verpakken en circulariteit	De samenstelling, hoeveelheid, recyclebaarheid en mate van circulariteit van de verpakkingen die de Miko Group gebruikt voor haar producten.	ESRS E5 Resource Use and Circular Economy
Milieu	5	Watergebruik	Het water dat de Miko Group gebruikt en afvoert met haar locaties en bedrijfsactiviteiten.	ESRS E3 Water and Marine Resources
Milieu	6	Natuurbehoud en biodiversiteit	Het behoud en de bevordering van natuur en biodiversiteit in de herkomstgebieden van Miko Group's koffie.	ESRS E4 Biodiversity and Ecosystems
Sociaal	7	Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	De veiligheid, gezondheid en het welzijn van de eigen medewerkers binnen de Miko Group.	ESRS S1 Own Workforce
Sociaal	8	Arbeidsomstandigheden in de keten	De omstandigheden en gezondheid waarin boeren en andere ketenmedewerkers hun werkzaamheden uitvoeren voor de producten van de Miko Group.	ESRS S2 Workers in the value chain
Sociaal	9	Sociaal werkgeverschap	De diversiteit en inclusie van medewerkers binnen de Miko Group op elk medewerkers- en bestuursniveau en de waarborging van gelijke kansen.	ESRS S1 Own Workforce
Sociaal	10	Talent- en medewerkersontwikkeling	De kansen voor medewerkers binnen de Miko Group om zich verder te ontwikkelen op het gebied van kennis, vaardigheden, taken en verantwoordelijkheden.	ESRS S1 Own Workforce
Sociaal	11	Eerlijke prijzen en lonen	De prijzen die boeren krijgen voor de koffieproductie en de lonen die ketenmedewerkers ontvangen voor hun arbeid.	ESRS S2 Workers in the value chain
Sociaal	12	Gezondheid van de consument	Het waarborgen en bevorderen van de gezondheid van de consument door het aanbieden bevorderen en bevorderen van gezonde keuzes.	ESRS S4 Consumers and end-users
Sociaal	13	Betrokkenheid lokale gemeenschappen	De impact die de Miko Group heeft op de lokale gemeenschappen en de betrokkenheid die de Miko Group toont voor deze groepen.	ESRS S3 Affected communities
Bestuur	14	Ethiek en integer bestuur	Het naleven en waarborgen van een ethische bedrijfsvoering en een integer bestuur van de Miko Group.	ESRS G1 Business Conduct
Bestuur	15	Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	De beschikbaarheid, toegankelijkheid en traceerbaarheid van productinformatie uit de keten vanuit de Miko Group.	ESRS G1 Business Conduct
Bestuur	16	Verantwoord inkopen	De impact van ketenpartners en hun bedrijfsactiviteiten op het gebied van milieu, sociaal en integer bestuur.	ESRS G1 Business Conduct

4.2 Financiële (kansen en risico) scores en toelichtingen

Directie financiële kwalitatieve toelichting	Score	Rank
Klimaatverandering De risico's van klimaatverandering op de Miko Group is enorm. Enkele geïdentificeerde risico's op de activiteiten van de Miko Group en de waardeketen zijn bijvoorbeeld een slechte koffie oogst door extreem weer. Hierdoor moet Miko waarschijnlijk koffie inkopen tegen een duurdere prijs of moet kijken naar andere leveranciers. Het wordt wel verwacht dat de koffievelen zullen verschuiven volgens klimaatverandering.	7,6	3
Energieverbruik In het energieverbruik van de Miko Group worden vooral kansen geïdentificeerd, zoals energie-efficiëntie, vergroening, en elektrificeren van het brandingsproces, wat momenteel energie intensief is en op gas draait. Daarbij zijn er ook kansen voor het aanleveren van deze energie zoals, het aanleggen van windturbines en zonnepanelen.	6,7	6
Afval en vervuiling De Miko Group ziet geen grote risico's op het niet naleven van de wet die bepaalt is voor afval en vervuiling. Het kan wellicht wel zo zijn dat klanten voor een andere koffieleverancier kiezen als zij niks doen op het gebied van het verduurzamen van de afvalstromen en luchtvervuiling die ontstaan uit de bedrijfsactiviteiten van de Miko Group. Daarom wordt het vooral gezien als een kans, met enigszins een klein risico als er niks gedaan wordt aan het verduurzamen van de bedrijfsactiviteiten.	4,6	13
Duurzaam verpakken en circulariteit De Miko Group ziet de samenstelling, hoeveelheid, en recyclebaarheid en mate van circulariteit van de verpakkingen als een trend die zij moeten en willen volgen. Er zijn dus enorme kansen te behalen voor de Miko Group en weinig financiële risico's in de komende jaren, aangezien de Miko Group dit onder controle heeft en aan bijdraagt. Het is dan ook niet de intentie om duurzaamheid en circulariteit te verwaarlozen of minder aandacht aan te besteden.	6,3	10
Watergebruik Het water dat de Miko Group gebruikt en afvoert met haar locaties en bedrijfsactiviteiten is zeer klein. Het enige wat geïdentificeerd kon worden is het watergebruik door de koffiemachines bij het maken van koffie en reinigen, ontkalken en onderhoud van de koffiemachines. Daarom wordt watergebruik niet beschouwt als een significant onderwerp waarbij grote kansen, risico's, of impacts ontstaan.	3,3	15
Natuurbehoud en biodiversiteit De kansen die worden geïdentificeerd bij het behoud en de bevordering van natuur en biodiversiteit in de herkomstgebieden van de Miko Group is enorm en definieert de Miko Group als organisatie tegenover de concurrentie. Het belang en de kansen van natuurbehoud en biodiversiteit is zeer significant voor de Miko Group en hangt samen met klimaatverandering.	7,9	1
Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn Ondanks dat medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn van de eigen medewerkers vanzelfsprekend is in de normale bedrijfsvoering is de Miko afhankelijk van hun medewerkers. Hierdoor is het van groot belang maar wordt niet gezien als een groot risico of kans.	7,7	2
Arbeidsomstandigheden in de keten De impact op de Miko Group van de omstandigheden en gezondheid waarin boeren en andere ketenmedewerkers hun werkzaamheden uitvoeren voor de producten van de Miko Group is belangrijk maar wordt niet als belangrijk gestempeld vanwege andere onderwerpen. Toch heeft Miko er belangen bij en ziet kansen in het verbeteren van de arbeidsomstandigheden van hun ketenmedewerkers.	5,9	9
Sociaal werkgeverschap De verwachtingen van de Miko Group zijn dat de diversiteit en inclusie van medewerkers binnen de Miko Group als een belangrijk onderwerp wordt gezien door partijen buiten de organisatie. Echter wordt dit niet gezien als een groot risico omdat de Miko Group al actief meedoet en bijdraagt aan sociaal werkgeverschap, inclusie en diversiteit.	5,4	12
Talent- en medewerkersontwikkeling Een van de belangrijkste bijdrage die de Miko Group levert en direct kan bijdragen is de kansen voor medewerkers binnen de Miko Group om zich verder te ontwikkelen op gebied van kennis, vaardigheden, taken en verantwoordelijkheden. Dit zorgt er echter voor dat Miko geen grote kansen kan identificeren om toe te voegen aan hun huidige bijdragen. Wel vindt de Miko Group het	6,7	7

belangrijk dat ze dit beleid niet verzwakken en zorgen voor een continue bijdragen van talent en medewerkersontwikkeling.

Eerlijke prijzen en lonen	6,9	5
----------------------------------	-----	---

De markt voor koffie voor een eerlijke prijs en lonen die boeren en ketenmedewerkers krijgen voor de koffieproductie wordt vooral beïnvloed door de consument en marktvraag. Hierdoor is de Miko Group afhankelijk, maar heeft enigszins wel invloed op de stimulans en promotie van de duurzame consument keuzes.

Gezondheid van de consument	4,0	14
------------------------------------	-----	----

De gezondheid van de consument wordt gezien als het waarborgen en bevorderen van de gezondheid van de consumenten door het aanbieden en bevorderen van gezonde keuzes. Dit is echter geen risico of kans voor de Miko Group omdat de consument zelf in handen heeft of hij of zij suiker toevoegt aan de dranken uit de koffiemachines van de Miko Group.

Betrokkenheid lokale gemeenschappen	3,1	16
--	-----	----

De lokale gemeenschap van Turnhout heeft geen invloed op de Miko Group en wordt daarom ook niet gezien als een risico of kans. Dit betekent niet dat Miko geen bijdrage levert en zij werken bijvoorbeeld samen met de lokale gemeenten van Turnhout voor evenementen.

Ethiek en integer bestuur	7,3	4
----------------------------------	-----	---

Het naleven en waarborgen van een ethische bedrijfsvoering en een integer bestuur is van zeer groot belang voor de Miko Group aangezien zij een beursgenoteerd bedrijf zijn. Dit betekent dat er geen nalatenschap getoond mag worden. Wordt er niet ethisch en integer bestuurd dan ontstaan er grote risico's zoals boetes en schade aan de publieke opinie. Ook vindt de directie van de Miko Group het belangrijk dat ze maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen en zichzelf nog in de spiegel kunnen kijken.

Ketentransparantie en verantwoordelijkheid	5,9	11
---	-----	----

De Miko Group verwacht dat er meer verantwoordelijkheid en aandacht wordt verwacht van de consument bij de beschikbaarheid, toegankelijkheid en traceerbaarheid van productinformatie uit de keten van hun producten.

Verantwoord inkopen	6,6	8
----------------------------	-----	---

Verantwoord inkopen wordt binnen de Miko Group gezien als het belangrijkste governance onderwerp en een essentieel onderdeel van hun markt met betrekking tot duurzaamheid. In dit onderwerp kan de Miko Group en andere koffiebranders en service verleners de grootste impact maken. De koffie en product keuzes die hier gemaakt worden gaan over de gehele waardeketen, inclusief de machine inkoop en verbruik.

4.3 Impact scores

Legenda

Financieel & impact	Materialiteit volgens beide dimensies
Financieel	Materialiteit volgens de financiële dimensie
Impact	Materialiteit volgens de impact dimensie
8,3	Grote impact, kans en risico
3,1	Kleine impact, kans en risico

Beoordeling impact op de omgeving	Directie	Klanten	Leveranciers	Medewerkers	Gemiddeld
Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	3	2	4	1	3
Natuurbehoud en biodiversiteit	1	1	6	6	4
Ethiek en integer bestuur	2	3	9	7	5
Arbeidsomstandigheden in de keten	5	7	8	2	6
Afval en vervuiling	8	8	2	5	6
Klimaatverandering	4	4	2	14	6
Eerlijke prijzen en lonen	4	5	12	4	6
Energieverbruik	4	6	3	13	7
Duurzaam verpakken en circulariteit	9	10	1	8	7
Talent- en medewerkersontwikkeling	6	9	14	3	8
Verantwoord inkopen	10	12	7	9	10
Sociaal werkgeverschap	7	11	10	11	10
Gezondheid van de consument	13	14	5	12	11
Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	11	13	13	10	12
Watergebruik	12	15	11	15	13
Betrokkenheid lokale gemeenschappen	14	16	15	16	15
Gemiddeld	7	9	8	9	

4.3.1 Directie

Directie Miko Group - Miko Group

Row Labels	Gem.	Rank
1 Natuurbehoud en biodiversiteit	8,3	1
2 Ethiek en integer bestuur	7,6	4
3 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	7,4	2
4 Eerlijke prijzen en lonen	7,0	5
5 Energieverbruik	7,0	6
6 Klimaatverandering	7,0	3
7 Arbeidsomstandigheden in de keten	6,5	9
8 Talent- en medewerkersontwikkeling	6,3	7
9 Sociaal werkgeverschap	6,0	12
10 Afval en vervuiling	5,9	13
11 Duurzaam verpakken en circulariteit	5,6	10
12 Verantwoord inkopen	5,4	8
13 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid	5,1	11
14 Watergebruik	3,6	15
15 Gezondheid van de consument	3,3	14
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen	3,0	16
Grand Total	5,9	16

4.3.2 Klanten

Klanten – Australië (

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Sociaal werkgeverschap		10,0	12
2 Duurzaam verpakken en circulariteit		10,0	10
3 Arbeidsomstandigheden in de keten		10,0	9
4 Afval en vervuiling		10,0	13
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		9,0	1
6 Eerlijke prijzen en lonen		9,0	5
7 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,0	7
8 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,0	2
9 Energieverbruik		8,0	6
10 Watergebruik		8,0	15
11 Klimaatverandering		8,0	3
12 Verantwoord inkopen		7,0	8
13 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,0	11
14 Ethiek en integer bestuur		6,0	4
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		6,0	16
16 Gezondheid van de consument		5,0	14
Grand Total		8,1	16

Klanten - België (MCS)

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Klimaatverandering		10,0	3
2 Afval en vervuiling		10,0	13
3 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
4 Duurzaam verpakken en circulariteit		10,0	10
5 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,5	9
6 Verantwoord inkopen		9,5	8
7 Gezondheid van de consument		9,5	14
8 Energieverbruik		9,0	6
9 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,5	11
10 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,5	1
11 Watergebruik		8,0	15
12 Ethiek en integer bestuur		8,0	4
13 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		7,5	2
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		6,5	7
15 Sociaal werkgeverschap		6,5	12
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		5,5	16
Grand Total		8,5	16

MAAS

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,8	10
2 Afval en vervuiling		8,8	13
3 Gezondheid van de consument		8,6	14
4 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,6	2
5 Energieverbruik		8,4	6
6 Klimaatverandering		8,4	3
7 Verantwoord inkopen		8,2	8
8 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,2	9
9 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,2	11
10 Ethiek en integer bestuur		8,2	4
11 Watergebruik		8,2	15
12 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,1	1
13 Sociaal werkgeverschap		7,7	12
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,3	7
15 Eerlijke prijzen en lonen		7,0	5
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		6,9	16
Grand Total		8,1	16

Miko Koffie Nederland

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Ethiek en integer bestuur		8,4	4
2 Verantwoord inkopen		8,1	8
3 Afval en vervuiling		8,1	13
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,0	9
5 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,0	2
6 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,9	11
7 Energieverbruik		7,9	6
8 Klimaatverandering		7,9	3
9 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,7	10
10 Eerlijke prijzen en lonen		7,7	5
11 Sociaal werkgeverschap		7,6	12
12 Natuurbehoud en biodiversiteit		7,6	1
13 Watergebruik		7,4	15
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,4	7
15 Gezondheid van de consument		7,4	14
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,2	16
Grand Total		7,8	16

Klanten - Noorwegen

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Afval en vervuiling		10,0	13
2 Natuurbehoud en biodiversiteit		10,0	1
3 Klimaatverandering		10,0	3
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		10,0	9
5 Verantwoord inkopen		10,0	8
6 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		10,0	16
7 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		10,0	11
8 Duurzaam verpakken en circulariteit		10,0	10
9 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		10,0	2
10 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
11 Sociaal werkgeverschap		10,0	12
12 Energieverbruik		10,0	6
13 Ethiek en integer bestuur		10,0	4
14 Gezondheid van de consument		10,0	14
15 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,0	7
16 Watergebruik		7,0	15
Grand Total		9,8	16

Klanten - Polen

Row Labels	TY	Gem.	Rank
1 Verantwoord inkopen		8,3	8
2 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,0	11
3 Eerlijke prijzen en lonen		8,0	5
4 Gezondheid van de consument		8,0	14
5 Watergebruik		7,8	15
6 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,8	10
7 Ethiek en integer bestuur		7,7	4
8 Natuurbehoud en biodiversiteit		7,0	1
9 Klimaatverandering		6,8	3
10 Arbeidsomstandigheden in de keten		6,7	9
11 Energieverbruik		6,5	6
12 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		6,3	16
13 Talent- en medewerkersontwikkeling		6,3	7
14 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		6,3	2
15 Sociaal werkgeverschap		6,3	12
16 Afval en vervuiling		6,3	13
Grand Total		7,1	16

Klanten - SAS

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		9,7	11
2 Ethiek en integer bestuur		9,7	4
3 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,3	9
4 Duurzaam verpakken en circulariteit		9,3	10
5 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,0	2
6 Gezondheid van de consument		8,9	14
7 Watergebruik		8,7	15
8 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,6	1
9 Eerlijke prijzen en lonen		8,6	5
10 Verantwoord inkopen		8,2	8
11 Klimaatverandering		8,0	3
12 Afval en vervuiling		8,0	13
13 Energieverbruik		7,9	6
14 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,6	16
15 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,4	7
16 Sociaal werkgeverschap		7,3	12
Grand Total		8,5	16

Klanten - Slowakije

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Watergebruik		9,8	15
2 Duurzaam verpakken en circulariteit		9,4	10
3 Eerlijke prijzen en lonen		9,4	5
4 Natuurbehoud en biodiversiteit		9,2	1
5 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,2	2
6 Klimaatverandering		9,2	3
7 Afval en vervuiling		9,2	13
8 Gezondheid van de consument		9,0	14
9 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,8	9
10 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,8	11
11 Energieverbruik		8,8	6
12 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		8,6	16
13 Verantwoord inkopen		8,6	8
14 Sociaal werkgeverschap		8,4	12
15 Ethiek en integer bestuur		8,4	4
16 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,2	7
Grand Total		8,9	16

Klanten - Tsjechië

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
2 Watergebruik		10,0	15
3 Gezondheid van de consument		10,0	14
4 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		9,5	16
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		9,5	1
6 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,5	2
7 Klimaatverandering		9,5	3
8 Verantwoord inkopen		9,0	8
9 Sociaal werkgeverschap		9,0	12
10 Afval en vervuiling		9,0	13
11 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		9,0	11
12 Duurzaam verpakken en circulariteit		9,0	10
13 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,0	9
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,5	7
15 Energieverbruik		8,5	6
16 Ethiek en integer bestuur		8,0	4
Grand Total		9,2	16

Klanten - United Kingdom

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Klimaatverandering		10,0	3
2 Talent- en medewerkersontwikkeling		10,0	7
3 Natuurbehoud en biodiversiteit		10,0	1
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		10,0	9
5 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		10,0	11
6 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		10,0	16
7 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		10,0	2
8 Duurzaam verpakken en circulariteit		10,0	10
9 Sociaal werkgeverschap		10,0	12
10 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
11 Verantwoord inkopen		10,0	8
12 Ethiek en integer bestuur		10,0	4
13 Afval en vervuiling		10,0	13
14 Energieverbruik		9,3	6
15 Watergebruik		9,0	15
16 Gezondheid van de consument		8,7	14
Grand Total		9,8	16

Klanten - Zweden

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Verantwoord inkopen		9,8	8
2 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		9,5	11
3 Natuurbehoud en biodiversiteit		9,5	1
4 Klimaatverandering		9,3	3
5 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,3	2
6 Duurzaam verpakken en circulariteit		9,2	10
7 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,2	9
8 Sociaal werkgeverschap		9,2	12
9 Afval en vervuiling		9,2	13
10 Ethiek en integer bestuur		9,2	4
11 Eerlijke prijzen en lonen		9,0	5
12 Energieverbruik		9,0	6
13 Gezondheid van de consument		8,8	14
14 Watergebruik		8,7	15
15 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,3	7
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,8	16
Grand Total		9,1	16

4.3.3 Leveranciers

MAAS (leveranciers + sociale partners)

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Afval en vervuiling		8,7	13
2 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,7	10
3 Klimaatverandering		8,5	3
4 Energieverbruik		8,5	6
5 Gezondheid van de consument		8,4	14
6 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,3	2
7 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,1	1
8 Sociaal werkgeverschap		7,8	12
9 Verantwoord inkopen		7,8	8
10 Arbeidsomstandigheden in de keten		7,8	9
11 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,8	11
12 Ethiek en integer bestuur		7,8	4
13 Watergebruik		7,7	15
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,7	7
15 Eerlijke prijzen en lonen		7,3	5
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,3	16
Grand Total		8,0	16

Miko Group

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,8	10
2 Klimaatverandering		8,7	3
3 Verantwoord inkopen		8,6	8
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,6	9
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,4	1
6 Eerlijke prijzen en lonen		8,4	5
7 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,4	2
8 Afval en vervuiling		8,4	13
9 Ethiek en integer bestuur		8,3	4
10 Energieverbruik		8,2	6
11 Gezondheid van de consument		8,2	14
12 Watergebruik		8,0	15
13 Sociaal werkgeverschap		7,9	12
14 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,9	11
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,9	16
16 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,8	7
Grand Total		8,3	16

4.3.4 Medewerkers

Medewerkers - Australië

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Eerlijke prijzen en lonen		9,4	5
2 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,9	2
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,9	7
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,9	9
5 Afval en vervuiling		8,2	13
6 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,1	10
7 Klimaatverandering		7,7	3
8 Sociaal werkgeverschap		7,6	12
9 Energieverbruik		7,3	6
10 Verantwoord inkopen		7,2	8
11 Watergebruik		7,2	15
12 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,1	11
13 Ethiek en integer bestuur		7,1	4
14 Natuurbehoud en biodiversiteit		7,1	1
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		6,8	16
16 Gezondheid van de consument		6,6	14
Grand Total		7,7	16

Medewerkers - Denemarken

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,1	2
2 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,8	9
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,7	7
4 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,6	10
5 Eerlijke prijzen en lonen		8,6	5
6 Klimaatverandering		8,5	3
7 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,3	1
8 Afval en vervuiling		8,3	13
9 Energieverbruik		8,3	6
10 Sociaal werkgeverschap		8,1	12
11 Watergebruik		7,9	15
12 Gezondheid van de consument		7,9	14
13 Verantwoord inkopen		7,8	8
14 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,8	11
15 Ethiek en integer bestuur		7,7	4
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,7	16
Grand Total		8,3	16

Medewerkers - MAAS

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Afval en vervuiling		8,7	13
2 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,7	10
3 Klimaatverandering		8,5	3
4 Energieverbruik		8,5	6
5 Gezondheid van de consument		8,4	14
6 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,3	2
7 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,1	1
8 Sociaal werkgeverschap		7,8	12
9 Verantwoord inkopen		7,8	8
10 Arbeidsomstandigheden in de keten		7,8	9
11 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,8	11
12 Ethiek en integer bestuur		7,8	4
13 Watergebruik		7,7	15
14 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,7	7
15 Eerlijke prijzen en lonen		7,3	5
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,3	16
Grand Total		8,0	16

Medewerkers – Miko Group (holding)

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,8	10
2 Klimaatverandering		8,7	3
3 Verantwoord inkopen		8,6	8
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,6	9
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,4	1
6 Eerlijke prijzen en lonen		8,4	5
7 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,4	2
8 Afval en vervuiling		8,4	13
9 Ethiek en integer bestuur		8,3	4
10 Energieverbruik		8,2	6
11 Gezondheid van de consument		8,2	14
12 Watergebruik		8,0	15
13 Sociaal werkgeverschap		7,9	12
14 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,9	11
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,9	16
16 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,8	7
Grand Total		8,3	16

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,9	2
2 Eerlijke prijzen en lonen		8,7	5
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,5	7
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,4	9
5 Afval en vervuiling		8,4	13
6 Sociaal werkgeverschap		8,1	12
7 Verantwoord inkopen		8,0	8
8 Natuurbehoud en biodiversiteit		7,9	1
9 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,9	10
10 Klimaatverandering		7,9	3
11 Watergebruik		7,9	15
12 Energieverbruik		7,6	6
13 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,6	11
14 Ethiek en integer bestuur		7,4	4
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,4	16
16 Gezondheid van de consument		7,4	14
Grand Total		8,0	16

Medewerkers – Miko Koffie Duitsland

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,8	2
2 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,6	9
3 Eerlijke prijzen en lonen		8,4	5
4 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,1	7
5 Ethiek en integer bestuur		8,0	4
6 Natuurbehoud en biodiversiteit		7,9	1
7 Sociaal werkgeverschap		7,7	12
8 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,6	10
9 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,5	11
10 Afval en vervuiling		7,5	13
11 Energieverbruik		7,4	6
12 Verantwoord inkopen		7,4	8
13 Gezondheid van de consument		7,4	14
14 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,2	16
15 Klimaatverandering		7,1	3
16 Watergebruik		6,8	15
Grand Total		7,7	16

Medewerkers – Miko Koffie Slowakije

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
2 Gezondheid van de consument		10,0	14
3 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,9	2
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,9	9
5 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,8	7
6 Sociaal werkgeverschap		9,4	12
7 Ethiek en integer bestuur		9,0	4
8 Verantwoord inkopen		8,9	8
9 Afval en vervuiling		8,8	13
10 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,8	1
11 Watergebruik		8,6	15
12 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		8,6	16
13 Klimaatverandering		8,6	3
14 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,6	11
15 Energieverbruik		8,5	6
16 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,5	10
Grand Total		9,1	16

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,2	2
2 Eerlijke prijzen en lonen		9,1	5
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,0	7
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,0	9
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,6	1
6 Gezondheid van de consument		8,6	14
7 Afval en vervuiling		8,6	13
8 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,3	11
9 Verantwoord inkopen		8,3	8
10 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		8,2	16
11 Sociaal werkgeverschap		8,2	12
12 Ethiek en integer bestuur		8,2	4
13 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,0	10
14 Watergebruik		8,0	15
15 Energieverbruik		7,9	6
16 Klimaatverandering		7,8	3
Grand Total		8,4	16

Medewerkers – Miko Koffie Frankrijk

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Natuurbehoud en biodiversiteit		10,0	1
2 Klimaatverandering		10,0	3
3 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		10,0	11
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		10,0	9
5 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		10,0	2
6 Eerlijke prijzen en lonen		10,0	5
7 Energieverbruik		10,0	6
8 Afval en vervuiling		10,0	13
9 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,0	10
10 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,0	7
11 Ethiek en integer bestuur		8,0	4
12 Verantwoord inkopen		7,0	8
13 Sociaal werkgeverschap		7,0	12
14 Watergebruik		7,0	15
15 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		5,0	16
16 Gezondheid van de consument		5,0	14
Grand Total		8,4	16

Medewerkers – Miko Koffie Tsjechië

Row Labels	IT	Gem.	Rank
1 Sociaal werkgeverschap		8,2	12
2 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,0	1
3 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		7,8	2
4 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,8	10
5 Arbeidsomstandigheden in de keten		7,7	9
6 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,7	11
7 Verantwoord inkopen		7,7	8
8 Eerlijke prijzen en lonen		7,7	5
9 Afval en vervuiling		7,5	13
10 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,3	16
11 Ethiek en integer bestuur		7,3	4
12 Energieverbruik		7,2	6
13 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,2	7
14 Watergebruik		7,0	15
15 Gezondheid van de consument		7,0	14
16 Klimaatverandering		6,8	3
Grand Total		7,5	16

Medewerkers – Miko Koffie United Kingdom

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,4	2
2 Eerlijke prijzen en lonen		9,4	5
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,1	7
4 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,0	9
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,7	1
6 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,5	10
7 Afval en vervuiling		8,5	13
8 Sociaal werkgeverschap		8,4	12
9 Ethiek en integer bestuur		8,3	4
10 Klimaatverandering		8,2	3
11 Verantwoord inkopen		8,2	8
12 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,2	11
13 Energieverbruik		8,1	6
14 Gezondheid van de consument		8,1	14
15 Watergebruik		7,9	15
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,6	16
Grand Total		8,5	16

Medewerkers – SAS

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,1	2
2 Arbeidsomstandigheden in de keten		8,8	9
3 Eerlijke prijzen en lonen		8,8	5
4 Ethiek en integer bestuur		8,6	4
5 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,6	7
6 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,3	11
7 Gezondheid van de consument		8,3	14
8 Sociaal werkgeverschap		8,3	12
9 Verantwoord inkopen		8,1	8
10 Afval en vervuiling		8,0	13
11 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,0	1
12 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		7,9	16
13 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,6	10
14 Energieverbruik		7,5	6
15 Klimaatverandering		7,5	3
16 Watergebruik		7,2	15
Grand Total		8,2	16

Medewerkers- Zweden

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,3	9
2 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,2	2
3 Eerlijke prijzen en lonen		9,2	5
4 Talent- en medewerkersontwikkeling		9,2	7
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		9,1	1
6 Afval en vervuiling		9,1	13
7 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,8	10
8 Sociaal werkgeverschap		8,8	12
9 Gezondheid van de consument		8,8	14
10 Klimaatverandering		8,7	3
11 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,5	11
12 Ethiek en integer bestuur		8,5	4
13 Verantwoord inkopen		8,4	8
14 Watergebruik		8,4	15
15 Energieverbruik		8,2	6
16 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		8,0	16
Grand Total		8,7	16

Medewerkers – Miko Koffie Noorwegen

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		9,3	2
2 Arbeidsomstandigheden in de keten		9,1	9
3 Talent- en medewerkersontwikkeling		8,9	7
4 Sociaal werkgeverschap		8,6	12
5 Eerlijke prijzen en lonen		8,6	5
6 Ethiek en integer bestuur		8,4	4
7 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		8,3	16
8 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		8,2	11
9 Gezondheid van de consument		8,2	14
10 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,0	1
11 Verantwoord inkopen		7,8	8
12 Afval en vervuiling		7,7	13
13 Klimaatverandering		7,5	3
14 Duurzaam verpakken en circulariteit		7,5	10
15 Energieverbruik		7,4	6
16 Watergebruik		7,1	15
Grand Total		8,1	16

Medewerkers – TIN

Row Labels	Y	Gem.	Rank
1 Afval en vervuiling		8,8	13
2 Duurzaam verpakken en circulariteit		8,5	10
3 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn		8,3	2
4 Eerlijke prijzen en lonen		8,3	5
5 Natuurbehoud en biodiversiteit		8,0	1
6 Sociaal werkgeverschap		7,8	12
7 Arbeidsomstandigheden in de keten		7,8	9
8 Talent- en medewerkersontwikkeling		7,8	7
9 Klimaatverandering		7,5	3
10 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid		7,5	11
11 Ethiek en integer bestuur		7,3	4
12 Verantwoord inkopen		7,0	8
13 Betrokkenheid lokale gemeenschappen		6,8	16
14 Energieverbruik		6,8	6
15 Gezondheid van de consument		6,8	14
16 Watergebruik		6,5	15
Grand Total		7,6	16

4.4 Impact toelichtingen

4.4.1 Directie

DIRECTIE IMPACT KWALITATIEVE TOELICHTING	SCORE	RANK
Klimaatverandering Het koffiebranden en de koffie service levering is vergeleken met andere industrieën niet significant in de uitstoot. Hierbij bedoelt de directie dat er geen significante bijdrage wordt geleverd aan klimaatverandering door de Miko Group. De Algemene CO2 uitstoot van Europa vergeleken met de gehele wereld is 8%. Echter de directie vindt nog steeds dat ondanks het voelt als een druppel op de gloeiende plaat dat hun uitstoot van belang is en geen excuus om geen bijdrage te leveren. Iedereen hun impact is klein, maar gezamenlijk is dit een grote bijdrage.	7,0	3
Energieverbruik Het produceren en branden van koffiebonen is een energie intensief proces. Dit gebeurt momenteel op gas waardoor de (schade) die wordt aangericht significant wordt gezien. Echter, hierdoor ziet Miko Group in dat er veel kansen zijn in het elektrificeren en vergroening van dit proces. Het is dus van groot belang om te kijken naar andere oplossingen voor gas verbruik tijdens het roasten van koffiebonen.	7,0	6
Afval en vervuiling De koffiebonen en het gebruik van koffie laat niet veel afval achter. De koffiedrap kan circulair gebruikt worden en is zelfs voedsaam en herbruikbaar. Daarin worden nog meer kansen gezien door de Miko Group. Daarentegen wordt koffie uit de machines op kantoor, bij een ziekenhuis, of andere instelling vaak gedronken uit een single-use beker, waardoor er meer afval en vervuiling ontstaat. Ook heeft de Miko Group een groter autobestand dan andere bedrijven dit door het leveren van de machines, koffie, en onderhoud door de koffie services. Hierdoor ontstaan er kansen door het elektrificeren van het autobestand.	5,9	13
Duurzaam verpakken en circulariteit Miko moet rekening houden met voedselveiligheid en de gerelateerde regels en wetten bij het selecteren van hun verpakkingen. Dit maakt het uitzoeken van circulaire verpakkingen wat lastiger. Echter dit is ook het punt waar Miko de grootste invloed en kansen heeft als roaster en verpakker van koffiebonen. Verder heeft Miko impact en invloed op het brandingsproces waarbij het verwerken van koffie circulair moet worden, door bijvoorbeeld met elektriciteit te werken in plaats van gas. De Impact hiervan is afhankelijk door de wensen van de klant en licht dus niet volledig aan Miko. Als de klant geen circulaire verpakkingen wil of het niet recycle, dan kan Miko weinig doen om circulaire verpakkingen te realiseren.	5,6	10
Watergebruik In het branding en verpakkingsproces van Miko Koffie wordt geen tot weinig water verbruikt, waardoor water wordt gezien als een niet significant onderwerp. Er is wel een kans geïdentificeerd in de spoeling, ontkalking, en reiniging proces van de uitgeleverde koffiemachines van Miko's koffieservice. Hierbij moeten de koffieapparaten worden schoongemaakt met spoeling water.	3,6	15
Natuurbehoud en biodiversiteit Als de consument de keuze maakt om Puro koffie te kopen dan dragen zij bij aan het behoud van het regenwoud. Daarom is het bij Miko van belang dat het aandeel biologische en verantwoordelijke koffie groter wordt en meer verkocht wordt. Hoe meer Puro koffie gekocht wordt hoe meer er wordt bijgedragen aan het regenwoud, eerlijke prijzen, en biodiversiteit. Het behoud van de natuur en biodiversiteit is van zeer groot belang voor de Miko Group vandaar dat zij ook de intentie hebben om verder te kijken dan Puro koffie. Hierbij is Miko afhankelijk van de wensen van de consument en de markt, gezien de koffie ook verkocht moet worden voor een bijdrage aan natuurbehoud en biodiversiteit.	8,3	1
Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn	7,4	2

Het medewerkersbestand wordt gezien als een cruciaal onderdeel van de Miko Group. De mensen en medewerkers zijn nodig in het arbeidsintensieve koffie branding- en serviceproces van Miko. Daarom levert Miko ook graag een positieve bijdrage aan hun medewerkersbestand en zorgt voor een veilig proces, zowel fysiek als mentaal. Er worden wel kansen geïdentificeerd op gebied van mentaal welzijn, en niet voor het brandingsproces aangezien het geen gevaarlijk proces is voor ongelukken en ongevallen.

Arbeidsomstandigheden in de keten

6,5 9

De arbeidsomstandigheden en gezondheid waarin de boeren en andere ketenmedewerkers hun werkzaamheden uitvoeren voor de producten van de Miko Group wordt gezien als een significante impact. Dit omdat ondanks 40% van de producten al eerlijk en Fairtrade gehandeld worden er ook iet fairtrade koffie en cacao verkocht wordt. De wens uiteindelijke wens van Miko is om 100% Fairtrade te handelen, maar dit is weer afhankelijk van de marktvraag en consument.

Sociaal werkgeverschap

6,0 12

De Miko Group selecteert zijn personeel gebaseerd op de beste kwaliteiten voor de positie en kijkt daarbij niet naar de afkomst. Verder wordt er veel gedaan aan de bijdrage van diversiteit en inclusie door de directie, zoals het inhuren van oorlogsslachtoffers uit Oekraïne en mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. De Social Return Of Investment (SROI) van een van de dochterbedrijven (MAAS) is enorm belangrijk in het bedrijfsproces en vergt zelfs een eigen functie. Daarom is inclusie en diversiteit van groot belang binnen de Miko Group, maar heeft niet de hoogste prioriteit.

Talent- en medewerkersontwikkeling

6,3 7

De kansen voor medewerkers binnen de Miko Group om zich verder te ontwikkelen op het gebied van kennis, vaardigheden, taken en verantwoordelijkheden wordt gezien als een core business value. Hierbij wordt bedoeld dat dit een vanzelfsprekende verantwoordelijkheid is om een positieve impact te maken. De Miko Group zet zich in voor (nieuwe) mensen op de arbeidsmarkt en biedt opleidingsplannen, meelooprondes, en kennismakingsrondes aan. Dit vraagt ook de inzet en participatie van de (toekomstige) medewerkers om deel te nemen aan deze programma's.

Eerlijke prijzen en lonen

7,0 5

De impact van de Miko Group op de eerlijke prijzen en lonen die boeren en ketenmedewerkers krijgen voor de koffieproductie is enorm. Deels door de stijgende marktvraag is het aandeel van Fairtrade koffie van 1% naar 50% gestegen. Vergeleken met andere koffiebranders en service verleners is het aandeel Fairtrade koffie groot. Miko hoopt ook dat de consument meer bewust wordt van de impact van hun keuzes zodat ze in de toekomst 100% Fairtrade koffie kunnen verkopen en meer kunnen bijdragen aan eerlijke lonen.

Gezondheid van de consument

3,3 14

De invloed van de Miko Group op het waarborgen en bevorderen van de gezondheid van de consument is erg klein -gezien koffie gezondheidskwaliteiten biedt en zorgt dat de consument wakker blijft.

Betrokkenheid lokale gemeenschappen

3,0 16

De Miko Group werkt samen met de lokale gemeenten in Turnhout. Hierbij lopen meerdere sociale projecten en bijdragen. Buiten België en Nederland zijn er wel mogelijkheden voor een bijdrage zoals via Puro Koffie. In het algemeen is het belang van de impact die de Miko Group heeft op de lokale gemeenschap in Turnhout niet significant.

Ethiek en integer bestuur

7,6 4

Het naleven en waarborgen van een ethische bedrijfsvoering en een integer bestuur van de Miko Group wordt als zeer significant beoordeeld en streng nageleefd. Dit betekent dat er geen compromis worden gesloten. De integriteit van de Miko Group is hoog maar niet volledig volgens het bestuur, dit komt door het aanbieden van Fairtrade en de maatschappelijk verantwoordelijke koffie Puro tegenover de normale optie. De voorkeur voor de duurzame versie

wordt gepromoot door de Miko Group, maar de keuze wordt daarentegen overgelaten aan de klant.

Ketentransparantie en verantwoordelijkheid

5,1

11

De Miko Group beoordeelt de beschikbaarheid, toegankelijkheid en traceerbaarheid van productinformatie uit de keten als een algemeen proces in de bedrijfsvoering. Dit betekent echter niet dat dit niet belangrijk is, het is eerder de vraag hoe hier meer bijdragen aan kan geleverd worden en hoe hier een duidelijke meerwaarde aan is voor de klanten. De Miko Group vindt het wel belangrijk dat zij niet koffie inkopen die verantwoordelijk is voor ontbossing of wordt ingekocht voor een oneerlijke prijs voor de boeren en ketenmedewerkers.

Verantwoord Inkopen

5,4

8

De impact van de Miko Group op hun ketenpartners en hun bedrijfsactiviteiten op het gebied van milieu, sociaal en integer bestuur is significant, aangezien de Miko Group kan bepalen of zij verantwoordelijke koffiebonen inkopen. Daarom vragen zij zich blauw zodat zij de juiste keuzes maken en producten inkopen.

4.4.2 Afval en vervuiling

5
Klanten - Polen
Comment exactly as above
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
N/A
6
Klanten - MAAS
bij full operating een must, bij andere contractvormen moet er keuze zijn in gebruik van te recyclen materialen.
7
Klanten - Nederland
afval verwerking zal de komende jaren steeds belangrijker worden in de stap naar een circulaire economie. betekend dat er goed gekeken moet worden naar herbruikbaarheid en materiaal keuze om iets te produceren
het zou goed zijn als de verpakking van koekjes minder plastic bevatten.
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
het moet wel praktisch blijven. ieder wisselwasje sorteren is niet praktisch
Ikea heeft een mooi streven bij de productie en distributie van hun producten. Dit moet ten aller tijden zo efficiënt mogelijk. Efficiënt is in dit geval ook een zo laag mogelijke milieu impact. De financiële besparing moet worden gebruikt als verlaging van de producten te verwezenlijken. Op deze manier wordt de eindgebruiker beloont door Miko koffie en producten te gebruiken.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
I feel we can do as much as possible and potentially direct trade for recycling due to recycling being put into landfill too much
8
Klanten - MAAS
Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen. En spaarzaam omgaan met fossiele grondstoffen.
Klanten - Nederland
goede sortering van restafval, recycling van groot belang voor hergebruik
Medewerkers - Australië
Here in Australia the topic of waste responsibility and a company's eco footprint is regarded very important. Mostly because of our natural environment and the impact our waste has. Its culturally important and supported by Government initiatives like solar rebates, recognition and certifications for Tenders and composting facilities etc. The actions we take give us great marketing opportunities especially within the corporate part of our business.
Medewerkers - MAAS
Is MAAS mee bezig. Circulariteit en afvalscheiding moeten constant verbeterd worden over de jaren.
Medewerkers - Miko Groep (holding)
Er zijn bedrijven legio die hier veel meer invloed (kunnen) hebben.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Responsible waste disposal and use of biodegradable products will help save not only the environment but also all that live in it
Medewerkers - SAS
wegwerpbekers in de refter
9
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
De toekomst is 0 afval, daar ben ik van overtuigd. Wat mij betreft, denk ik dat de verpakking van PODS opnieuw moet worden bekeken.
We moeten nadenken over onze toekomst, onze kinderen en kleinkinderen
Wij moeten inspanningen leveren op dit gebied. Voorbeeld: Gebruik schonere voertuigen.
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Ook hier uit het oogpunt van milieu, maar ook wat betreft kostenbesparing. De wetgevingen verschillen per land, dus is moeilijk om voor de Miko groep één beleid op te zetten, maar we mogen dit wel stimuleren.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
I guess I'd prefer the climate to not warm up as much and a couple of newts to die as a result of pollution. Still important tho.
Medewerkers - Noorwegen
Again it is important for Miko to develop the business idea to include the work to create understanding and positive attitudes towards the circular economy in all parts of the business, including requirements for subcontractors.
Medewerkers - SAS

sorteren van afval

10

Klanten - MAAS

Afvoeren van koffieresidu om er nieuwe items van te kweken zijn voor ons een van de leukste speerpunten.

Milieu, en afval derving is van belang voor de toekomst

Wij doen daar volop aan mee maar het is lastig

Wordt steeds belangrijker richting 2050. Ketensamenwerking hierin is echt een must.

Klanten - Nederland

Voorkomen van afval, vooral eenvoudige primaire en secundaire verpakkingen

Klanten - SAS

dit is onze strategie

Klanten - Slowakije

as there si too much of waste

Klanten - Tsjechië

Het is belangrijk om goed afvalbeheer aan te pakken. Het beperken van plastic, recyclen, composteren, geen voedsel en materialen verspillen... Dit alles en nog veel meer behoren tot de basisprincipes die als vanzelfsprekend moeten worden beschouwd.

Klanten - United Kingdom

As above

Leveranciers - MAAS

Ook wij bieden hierin mogelijkheden en staan open voor nieuwe ontwikkelingen

Leveranciers - Miko Group

Miko has the opportunity to contribute significantly to environmental sustainability by exploring alternative coffee processing methods, such as Honey or Natural processing. These methods, involving less water consumption, can be a transformative step in minimizing waste streams and pollution associated with coffee production. A strategic focus on sustainable processing methods aligns with environmental goals and contributes to responsible business practices.

Medewerkers - Denemarken

It is important that we all do something about climate change

Nice clean air is what we all wants.

We moeten ons klimaat en milieu schoon houden

Medewerkers - MAAS

Biologisch afbreekbare vuilniszakjes en zakken zou beter zijn. Nu moet ik alles apart weggooien en dat kost tijd.

Er is geen weg terug alleen voorwaarts, aandacht voor circulariteit/ afval is voor nu en toekomst .

Gebeurd nu veel te weinig, valt nog een hoop te winnen

Kan beter, met name verpakkingen met veel plastic

Laten we stoppen met die belachelijke verpakkingen met leveringen. Alle dozen gaan in dozen en kleinmateriaal wordt verpakt met grote hoeveelheden opblaasbaar plastic.

Meer recyclen can afval , wordt niet overal gedaan

minder afval minder milieuvervuiling

Wat we kunnen hergebruiken zeker doen!!!!

Wederom is dat voor iedereen van toepassing?

Wij genereren nu veel afval wat het milieu belast.

Zie vorige vraag

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Belangrijk zonder meer. (voor de toekomst van onze kinderen te waarborgen)

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

MIKO ZET HIER AL JAREN OP IN EN BLIJFT DIT DOEN IN DE TOEKOMST

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Het ter beschikking stellen van sorteerbakken voor de verschillende locaties wordt op prijs gesteld.

zowel professioneel als in ons persoonlijke leven wordt het vanzelfsprekend om bijzondere aandacht aan dit onderwerp te besteden.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Clean air please

For the wider environmental impact we absolutely have a responsibility to do what we possibly can

Medewerkers - SAS

Teveel afval

4.4.3 Arbeidsomstandigheden in de keten

5
Medewerkers - Miko Groep (holding)
belangrijk, maar onmogelijk om alle partners in de keten te controleren.
8
Klanten - Nederland
belangrijk, eerlijke producten op een eerlijke en verantwoorde manier verkregen tegen eerlijke prijzen
Leveranciers - Miko Group
problem is the control in the producing countries. still too many countries where controls lack or where controls are impossible to do
Medewerkers - SAS
we proberen ergonomie te handhaven
9
Leveranciers - Miko Group
Child labour eradication and Forced Labour prohibition
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Eerlijke verkoop, waar geen uitbuiting of slechte omstandigheden worden getolereerd, geeft sociale verantwoordelijkheid en is een belangrijke USP richting de toekomst van ons allemaal.
Zie opmerking boven.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
I'd like the farmers to have a nice life.
Respect and loyalty to all in the chain of production is essential
10
Klanten - Nederland
Imago product
Klanten - Slowakije
the same as previous answer.
Klanten - Tsjechië
Het bevorderen van het psychologisch welzijn op de werkplek is essentieel, het waarborgen van eerlijke omstandigheden en veiligheid op de werkplek en andere uitstekende arbeidsomstandigheden... Dit verhoogt de efficiëntie van de hele werkplek, de medewerkerstevredenheid en de welvaart van het hele bedrijf.
Klanten - United Kingdom
Extremely important for us to have an ethical supply chain with no chance of damage to reputation for either of us
Leveranciers - MAAS
Samenhangend met je Co2 reductie wordt dit een steeds belangrijker punt om in te investeren. Samenwerking met de juiste leveranciers
Uitermate belangrijk! Maas is een belangrijke speler op de Nederlandse markt en heeft hiermee een voorbeeldfunctie en marktbepalende rol mbt verantwoord inkopen.
Leveranciers - Miko Group
Collaboration is crucial for addressing and improving working conditions in the Miko Group's value chain. By engaging with partners committed to labor and human rights and prioritizing fair pricing in agricultural value chains, Miko can actively contribute to positive impacts on worker well-being.
Medewerkers - Denemarken
Arbeidsomstandigheden zijn belangrijk voor de ontwikkeling van bedrijven
Very important - i appreciate that we in MIKO can create direct links to farmers.
Medewerkers - MAAS
Bedrijfsethiek dient ten alle tijden hoog in vandel te staan , veilige werkplek voor een ieder en correcte uitstraling markt.
Dit soort criminaliteit zal de komende jaren alleen nog maar toenemen. Actie voor MAAS dus om zich hiertegen te blijven beveiligen.
Gebeurd nu niet, er is geen preventieve controle, alleen wanneer het te laat is wordt er ingegrepen
Het gebeurt nu te vaak als mensen hun mond open doen dat zij dan als vervelend personeel worden gezien en aangepakt worden. Heb het idee dat dit bij de hogere hand niet bekend is.
Het leven draait om de mens in zijn totaliteit. Welzijn is belangrijker dan winst en snelheid.
Medewerkers - Miko Groep (holding)
Als wij het goed hebben, mogen de mensen die ons onze grondstoffen aanleveren, het ook goed hebben.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

ALS JE ER ALS FIRMA VOOR KIEST OM WERK UIT TE BESTEDEN MOET JE INSTAAN VOOR DE ARBEIDSOMSTANDIGHEDEN EN OPTIMALE ZORG KUNNEN AANBIEDEN

Hoe meer de werkomstandigheden goed zijn hoe beter

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

De acties van het merk spreken voor zich.

het is belangrijk om medewerkers in topvorm te hebben om hun dagelijkse taken uit te voeren

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Binnen de kaders van wat mogelijk is kijken naar passend werk, of verandering van inzicht om bepaald werk anders uit te voeren.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

The farmers are fundamental to the business and employees are the heart of the business with any of these people there would be no Miko.

Medewerkers - SAS

Veiligheid voorop op onze werkvloeren.

4.4.4 Betrokkenheid lokale gemeenschappen

0
Klanten - MAAS
stel geld beschikbaar en laat specialisten hiermee bezig zijn
1
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
welke lokale gemeenschappen? van de koffieboeren? van de eindgebruiker? van de medewerkers?
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Miko UK don't really have a head office, so there's no local community to pay attention to.
4
Medewerkers - MAAS
Zorg eerst dat bij Maas het financiële impact in orde is!
6
Klanten - MAAS
Als afnemer van de lokale leverancier maak je een financiële impact, het keurmerk zegt een fair price. Gaat de klant/ gebruiker daar meer voor betalen?
Leveranciers - MAAS
ik ben een groot voorstander van fair chain koffie, het is goed om hier tijd en aandacht aan te besteden
Medewerkers - MAAS
Belangrijk, maar niet belangrijker dan het verschaffen van werkgelegenheden in Nederland zelf.
Heel nobel streven
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Welke lokale gemeenschappen worden hier bedoeld?
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
It's always beneficial to participate in local communities and to sponsor or highlight important causes connected to the work we do
Reputation can make or break
7
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
ER WORDT AL VEEL STREUN GEGEVEN AAN LOCALE ORGANISATIES DMV SPONSORING / ONDERSTEUNING BEURZEN
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Community engagement is always a great thing to do! Brand exposure and getting people talking about miko is a win
8
Klanten - MAAS
iets betekenen voor de medemens is altijd een goed streven
Leveranciers - Miko Group
Education is a key community service
Medewerkers - MAAS
het zijn zware tijden . zeker ook voor degene in het lager loon aspect
MAAS heeft deze akties al. Scholing bijdrage aan leveren.
Medewerkers - SAS
fair trade, en Rain Forrest alliance behandelt eerlijke prijzen en nodige begeleiding in de plantages.
9
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
De manier om te monitoren hoe het met de lokale gemeenschappen gaat.
10
Klanten - MAAS
Het belangrijk dat de mensen zich daar ontwikkelen zodat hun levensstandaard beter wordt
Klanten - Nederland
Lokalen omgeving is nodig voor een duurzaam product
Klanten - United Kingdom
The local community are our customers and more likely to use all of us if we engage positively with them
Leveranciers - MAAS
Dit is onderdeel van de Sucafina / Beyers Koffie DNA.

in alle landen waar Maas koffie inkoopt zou dit een speerpunt moeten zijn. Dit betreft ook landen waar maas via een tussenpersoon inkoopt.

Leveranciers - Miko Group

Local community engagement is highly significant. It's not just about business; it's about building meaningful relationships and leaving a positive impact. Miko Group's can actively engage with suppliers in their value chain to contribute to the well-being and development of the communities it operates in.

Medewerkers - Denemarken

Het is heel belangrijk om de marktontwikkelingen te volgen en goede reclame te maken binnen de miko Group en daarbuiten.

Medewerkers - MAAS

didelijk daar profiteren heel veel mensen van en belangrijk zelfvoorzienend zijn en onafhankelijk.

Ik vind het een zeer mooi gebaar.

Investing voor nu en toekomst MAAS

Maar het is ook belangrijk om de mensen hier financieel te ondersteunen. 10 jaar lang geen verhoging is echt schandig.

Waarom zouden alleen wij in het westen het goed mogen hebben

Zo wordt iedereen er beter van

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Miko moet zeker zich integreren op in de omgeving waar het bedrijf gelegen is en iets speciaal doen voor de lokale gemeenschappen

zie supra

4.4.5 Duurzaam verpakken en circulariteit

2
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)
kwaliteit boven recycleerbaarheid
6
Klanten - MAAS
bij full operating een must, bij andere contractvormen moet er keuze zijn in gebruik van te recyclen materialen.
Medewerkers - Miko Koffie Duitsland
Voor koffiezakjes denk ik dat duurzaamheid in verpakkingen momenteel niet haalbaar is, maar voor veel andere omverpakkingen wel
8
Klanten - Duitsland
The focus is on maintaining the quality of the products in the packaging. It would be a shame if the packaging is sustainable, but the product suffers or even goes bad.
Klanten - MAAS
Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen. En spaarzaam omgaan met fossiele grondstoffen.
Klanten - Nederland
belangrijk, verantwoorde verpakkingen, recyclebaar of biologisch afbreekbaar bij voorkeur met verpakkingen die uit 1 materiaalsoort bestaan. ook interessant voor het recycleproces
Medewerkers - MAAS
Is MAAS mee bezig. Circulariteit en afvalscheiding moeten constant verbeterd worden over de jaren.
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)
Het is belangrijk, maar de kwaliteit van koffie is ook belangrijk voor de goede naam van het bedrijf.
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
MIKO BESTEED REEDS AANDACHT AAN DUURZAAM VERPAKKEN / OA DE SWITCH IN HET VERLEDEN VAN LARGE CATERING FILTERS NAAR POUCH (afbreekbare verpakking)
plexi verpakkingsmateriaal beperken . Als gerecycleerd materiaal gebruikt wordt, dit ook vermelden .
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
Hoe meer de tijd vordert, hoe meer we de individuele verpakkingen moeten verminderen, maar hiervoor zullen we conserveringsoplossingen moeten vinden.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Customers value enviromentally responsible suppliers and will expect it from all their products in the future
I cant say I've looked into the packaging properly so I'm unsure where we're at 🤔
This is also important, but not all countries have the facilities to recycle all types of material. I'm prioritising the newts over somethings going to landfill.
Medewerkers - Noorwegen
as long as its workable for delivery and storage
Medewerkers - SAS
recyclebaar filterpapier, afvalpelletjes laten verwerken
9
Medewerkers - Miko Groep (holding)
Op dit ogenblik zijn er veel individuele verpakkingen, dus zeker niet duurzaam of circulair
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
het zal minder afval opleveren voor onze planeet Gailla
We moeten op dit onderwerp evolueren! Voorbeeld: PODS-verpakking...
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Ik loop al jaren tegen het probleem aan dat onze leveranciers onderdelen verpakken per artikel en hierdoor wordt onnodig veel afval geproduceerd. Ook gaat dit verder in de keten, want dit is ook ruimte die je inneemt in transport.
10
Klanten - MAAS
Afvoeren van koffieresidu om er nieuwe items van te kweken zijn voor ons een van de leukste speerpunten.
Milieu, en afval derving is van belang voor de toekomst
Wij doen daar volop aan mee maar het is lastig
Wordt steeds belangrijker richting 2050. Ketensamenwerking hierin is echt een must.

Klanten - Nederland

Voorkomen van afval, vooral enkelvoudige primaire en secundaire verpakkingen

Klanten - SAS

dit is onze strategie

Klanten - Slowakije

we would prefer re-usable packaging

Klanten - Tsjechië

Gebruik de juiste verpakking, gebruik minder papier, gebruik recycleerbare verpakkingen voor koffie, thee, koekjes, kies voor zuinige verpakkingen... Wij zijn het eens met en staan volledig achter het zorgvuldig gebruik van verpakkingen.

Klanten - United Kingdom

As above

Klanten - Zweden

Sustainability is very important aspect for Oriflame.

Leveranciers - MAAS

Ook wij bieden hierin mogelijkheden en staan open voor nieuwe ontwikkelingen

Medewerkers - Australië

We are already seeing this here in Australia. Government bans on single use packaging have commenced across the different states and territories. We have partnered with forward thinking suppliers like BioPak and Packaging People to ensure we can offer our customers the best solution for packaging whether it be home compostable cups and lids, or recyclable coffee bags or reusable coffee drums. We are very active with local groups that educate hospitality and corporate industries on the supply chain and preferred suppliers when it comes to packaging. This is an area we are constantly evolving in and active in our approach to sustainable packaging.

Medewerkers - Denemarken

All Big brands are doing so, Nike for example has done a lot to use reused cardboard and without painting the boxes.

Duurzame verpakkingen en circulariteit zijn erg belangrijk (verpakkingen en zakken vervuilende producten)

This should be a relatively simple topic where we can score many bonus points. Lets go!

When we have a recyclable package it is easier to be talking about our co2 neutral coffee

Medewerkers - MAAS

Biologisch afbreekbare vuilniszakjes en zakken zou beter zijn. Nu moet ik alles apart weggooien en dat kost tijd.

Er is geen weg terug alleen voorwaarts, aandacht voor circulariteit/ afval is voor nu en toekomst .

Gebeurt nu veel te weinig, valt nog een hoop te winnen

Kan beter, met name verpakkingen met veel plastic

Laten we stoppen met die belachelijke verpakkingen met leveringen. Alle dozen gaan in dozen en kleinmateriaal wordt verpakt met grote hoeveelheden opblaasbaar plastic.

Meer recycleren van afval , wordt niet overal gedaan

minder afval minder milieuvervuiling

Wat we kunnen hergebruiken zeker doen!!!!

Wederom is dat voor iedereen van toepassing?

Wij genereren nu veel afval wat het milieu belast.

Zie vorige vraag

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Minder papier, meer met tablets werken

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

gezien het wetgevend kader is dit extreem belangrijk voor MIKO/MCS - er zullen nieuwe businessmodellen moeten

uitgewerkt worden en waar mogelijk dienen we de awareness rond deze problematiek nu al te verhogen bij onze klanten

Meer en meer is de type verpakking van groot belang voor klanten en overheid

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

zo veel mogelijk

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

As above its about taking responsibility seriously and investing in what is needed to reduce or offset our footprint

Using recyclable packaging and reuse old boxes, padded envelopes if needed

Medewerkers - SAS

Teveel plastic verbruik en afval ervan

4.4.6 Eerlijke prijzen en lonen

4

Klanten - MAAS

stel geld beschikbaar en laat specialisten hiermee bezig zijn

Medewerkers - MAAS

Zorg eerst dat bij Maas het financiële impact in orde is!

5

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Geen mening omdat ik niet op de hoogte ben van dit onderwerp

6

Klanten - MAAS

Als afnemer van de lokale leverancier maak je een financiële impact, het keurmerk zegt een fair price. Gaat de klant/ gebruiker daar meer voor betalen?

Leveranciers - MAAS

ik ben een groot voorstander van fair chain koffie, het is goed om hier tijd en aandacht aan te besteden

Medewerkers - MAAS

Belangrijk, maar niet belangrijker dan het verschaffen van werkgelegenheden in Nederland zelf.

Heel nobel streven

7

Leveranciers - Miko Group

Everybody should be treated equally which also means we should give people the chance to be an entrepreneur and not treat them as a project

Medewerkers - Denemarken

Important, but more focus on innovating and selling the products, then the extra raise to the farmers Can come afterwards when there's natural room for it to happen.

Medewerkers - SAS

Ik denk dat dit fair is.

8

Klanten - MAAS

iets betekenen voor de medemens is altijd een goed streven

Medewerkers - MAAS

het zijn zware tijden . zeker ook voor degene in het lager loon aspect

MAAS heeft deze akties al. Scholing bijdrage aan leveren.

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Het is goed dat de boeren een eerlijke prijs krijgen maar in hoeverre is dit haalbaar?

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

eerlijke prijzen gelden zowel voor de klant als voor miko koffie. lonen en goede beloningen zijn belangrijk.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Being fair means you care, not just words but actions required

9

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Als wij het goed hebben, mogen de mensen die ons onze grondstoffen aanleveren, het ook goed hebben.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

dit criterium is belangrijk voor een gezond voortbestaan van de volledige keten

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Een product verkopen dat ten koste gaat van iemand in de keten om de prijs laag te houden lijkt me onwenselijk.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

My actual pay has decreased in the last 12 months, not even relative to inflation just overall. It would be nice for this not to happen.

10

Klanten - MAAS

Het belangrijk dat de mensen zich daar ontwikkelen zodat hun levensstandaard beter wordt

Klanten - Nederland

Eerlijke beloning is noodzakelijk om een eerlijk product te krijgen en te behouden

Leveranciers - MAAS

Dit is onderdeel van de Sucafina / Beyers Koffie DNA.

in alle landen waar Maas koffie inkoopt zou dit een speerpunt moeten zijn. Dit betreft ook landen waar maas via een tussenpersoon inkoopt.

Leveranciers - Miko Group

Ensuring fair prices for coffee farmers and equitable wages for chain co-producers is of utmost importance. As a supplier, I believe it reflects Miko Group's commitment to ethical business practices, contributing to sustainable livelihoods for those involved in the production process.

This is a major root cause in most coffee origins for land degradation, labour and social issues.

Medewerkers - Australië

As an employee, i can speak for many of my colleagues when i say that our wages to need be looked and and lifted to meet the ongoing rise in the cost of living. It is getting harder and harder to just make ends meet when interest rates continue to rise and the general cost of living is becoming higher each year.

Medewerkers - Denemarken

Het is belangrijk om in de trein te zitten als deze rijdt, zodat het bedrijf zich kan ontwikkelen

Medewerkers - MAAS

didelijk daar profiteren heel veel mensen van en belangrijk zelfvoorzienend zijn en onafhankelijk.

Ik vind het een zeer mooi gebaar.

Investering voor nu en toekomst MAAS

Maar het is ook belangrijk om de mensen hier financieel te ondersteunen. 10 jaar lang geen verhoging is echt schandig.

Waarom zouden alleen wij in het westen het goed mogen hebben

Zo wordt iedereen er beter van

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Zit toch reeds in de ADN van de groep, met het grote gewicht van Puro

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

ALS FIRMA KIES JE ERVOOR OM WERK UIT TE BESTEDEN - DE LONEN/ PRIJZEN MOETEN MEER DAN FAIR ZIJN

Hopelijk zal ooit al onze koffie fairtrade zijn.

Iedereen moet de loon krijgen voor het werk hij doet

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Dit vind ik opmerkelijk!

Met de huidige levensstandaard neemt alles voortdurend toe, een kleine regularisatie van het salaris zal welkom zijn, vooral als we kinderen hebben

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Hier moet heel goed naar gekeken worden.

Uitbuiting of moderne slavernij stuiten mij tegen de borst

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

It's always important to value all employees and reflect this in salaries and prices for all in the supply chain

4.4.7 Energieverbruik

1
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
Geen review omdat er geen informatie over dit onderwerp is
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
het voorkomen van energieverstopping is belangrijk maar het energieverbruik is niet relevant zo lang alles goed draait zonder verstopping.
5
Klanten - Nederland
Bravis heeft MVO doelstelling en verwacht van haar leveranciers/partners dat zij zich ook inzetten voor een groenere wereld. dat kan ook op energie verbruik middels duurzame bronnen.
Klanten - Polen
Again, stating that Miko will pay extra attention is just bla, bla, bla - are you going to reduce energy consumption or purchase more green energy? Will it influence sales prices of your products?
Medewerkers - Denemarken
Energy reduction is for sure important - but not as important as other factors. I highly appreciate the windturbine project though.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Green energy should be used wherever possible but not to the detriment of working conditions ¹
N/A
6
Klanten - MAAS
Neem ook de energie en emissie mee van productie, en aanverwante zaken mee van ontginnen grond, beheer, oogst, verwerking en logistiek.
Leveranciers - MAAS
ik wil graag dat mijn zoon ook nog even op deze aarde mag lopen.
Medewerkers - MAAS
We moeten mee
Medewerkers - Miko Koffie Duitsland
Met de nieuwe windturbine in de nieuwe koffiebranderij werd in dit opzicht een belangrijke mijlpaal bereikt
8
Klanten - MAAS
Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen.
Leveranciers - Miko Group
depending which energy is used. if large part of the energy used is green...
Medewerkers - MAAS
Ketenverantwoordelijkheid in de MAAS markt, met in iedere schakel aandacht en actie voor schoon milieu verbetering.
Medewerkers - SAS
Minder energie of groene energie goed voor de natuur
We hebben een windmolen op de nieuwe site. proberen alles efficient te plannen.
9
Klanten - Nederland
vooral het gebruik van duurzame energie is van groot belang en is er veel mogelijk. ook binnen onze organisatie wordt hier veel aandacht aan besteed
Medewerkers - Denemarken
The planet is the most important thing to look out for, furthermore its our brand and one of the Big sales forces for us. So er have to be leading In this aspect.
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
eigen energie opwekken of energie via derden beperken verhoogt de onafhankelijkheid
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
Steeds hogere energierekening
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Belangrijk voor milieu, maar ook voor besparing kosten, al gaan er vaak wel eerst investeringen aan vooraf en is het niet altijd mogelijk aanpassingen te maken.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I feel we all need to play our part in being much greener however the electric market isn't quite upto scratch yet to reduce the carbon footprint so there would be other ways we could work around this to run more efficiently/greener

Medewerkers - Noorwegen

It is important to define what Miko perceived as green energy, as this is constantly being developed, the definition will change over years.

10

Klanten - MAAS

Requirements voor leveranciers worden steeds strengen; elektrische auto is straks het minimum.
we moeten blijven denken aan de volgende generatie en de huidige toekomst

Klanten - Nederland

Scope 1&2 reductie

Klanten - SAS

dit is onze strategie

Klanten - Tsjechië

Het milieu wordt belast door het inefficiënte gebruik van energie. We moeten proberen op alle gebieden energie te besparen, bijvoorbeeld op het gebied van verwarming en elektriciteitsverbruik.

Klanten - United Kingdom

As above

Leveranciers - MAAS

Ook hier is geen keuze meer in, maar wordt ons straks opgelegd door de overheid. Dus zeker belangrijk hierin bij te dragen maar ook om straks te voldoen aan de wetgeving

Medewerkers - Australië

This is closely linked with climate change & environment. There is also opportunities for cost-savings for the company (through the use of solar panels for electricity, etc)

Medewerkers - Denemarken

The more green power the better the storie to our customers.- walk the talk

We moeten energie besparen

Medewerkers - MAAS

duidelijk dat dit een must is voor de gehele wereld om hier aandacht voor te vragen

Hier horen we toch allemaal een steentje aan bij te dragen?

MAAS heeft reeds een voortrekkers rol en zal deze moeten blijven behouden.

We moeten meer duurzaam met diesel autos richting elektrisch

Zeer belangrijk voor de toekomst van onze planneet. Om deze wereld ook leefbaar te maken/houden voor onze kleinkinderen.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

De windmolen op de nieuwe site is een zeer goede investering

MIKO ZET VOLLEDIG IN OP GROENE STROOM

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

De energiekosten zijn moeilijk door te berekenen in onze producten, het is aan ons om deze te beheersen.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Clean energy

Efficiency is also important.

finding ways to make energy used and keep costs down

It would only be beneficial if communicated internally so we have the understanding to pass on to customers

Medewerkers - Noorwegen

important that people cares

Medewerkers - SAS

Onnodig veel licht verbruik tijdens de dag

4.4.8 Ethiek en integer bestuur

1
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
More bribes please.
5
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
neutraal, want welke verandering zou dit teweeg kunnen brengen?
6
Medewerkers - MAAS
Hierdoor krijg je minder waste en minder derving
Moet passen in onze strategie naar eind gebruiker
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
wij krijgen weinig mee van hoofdbestuur in belgie
7
Leveranciers - Miko Group
appreciate your stakeholders engagement
8
Klanten - MAAS
Ik ga ervanuit dat Maas hieraan voldoet, zowel nu als in de toekomst.
vanzelfsprekendheid is hier ook troef
Klanten - Nederland
Yes
Medewerkers - MAAS
Verantwoord inkopenis en blijft een belangrijk onderdeel van CSR/MVO ondernemen.
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
ethiek van Miko is m.i. duidelijk
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Ethics are a valuable asset and appreciated at many levels
9
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)
Dat is wel belangrijk, mensen worden graag gewaardeerd in hun job. Respect voor wat ieder doet.
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
het is belangrijk om een goed imago naar klanten te laten zien, een tevreden klant is een klant die regelmatig bestelt
10
Klanten - Nederland
Management moet het tonen at the top
Klanten - Tsjechië
Maatschappelijk verantwoord ondernemen is absoluut belangrijk. Ethisch gedrag, ethische principes en duidelijke informatie voor consumenten, medewerkers en partners moeten een gegeven zijn.
Klanten - United Kingdom
All vital to survival
Leveranciers - MAAS
in een wereld waar eerlijkheid wordt gezien als iets vervelends is het tijd dat bedrijven opstaan
Medewerkers - Denemarken
Importen
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
Altijd eerlijk zijn en doen wat wij zeggen en informeren waarop wij het gedaan hebben
essentieel in een moderne organisatie
TRANSPARANTE COMMUNICATIE DRAAGT HIER ZEKER AAN BIJ
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Dit vertaald zich door in de bedrijfsvoering en strategische keuzes.
Miko kan beter presteren wanneer er een ethisch en integer bestuur aanwezig is. Per vestiging kan dit nog wel eens anders zijn.
Eerste P was toch voor People?
Medewerkers - SAS
Een goed bestuur is een gezond bedrijf meestal

4.4.9 Gezondheid van de consument

1
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
wees transparant in wat je verkoopt. De consument kan zijn eigen keuze maken. Koffie lijkt me hierin geen issue.
3
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
The hot chocolate is nice, so lets not get rid of it. The syrups are empty calories, so can bin them off.
4
Medewerkers - MAAS
Mensen hebben liever goedkoop dan gezond
5
Leveranciers - Miko Group
coffee is an healthy beverage
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
is niet de verantwoordelijkheid van Miko maar van de consument zelf om een gezonde keuze te maken
ligt moeilijk : maw is er significant verband tssn ons aanbod en alg gezondheid van onze consumenten ?
6
Klanten - MAAS
Gezondheid is grotendeels een eigenverantwoordelijkheid. Beleid van DAF is gezond beschikbaar stellen maar niet belerend zijn.
Producten zijn zonder HACCP bereiding. onderhoud van de apparatuur is een permanente focus waarbij afwerking van apparatuur belangrijk aspect
Klanten - United Kingdom
Consumers should look after their own health with some gentle steering
Leveranciers - MAAS
Ook verantwoordelijkheid van consument zelf
Medewerkers - MAAS
Aandacht hieraan geven is belangrijk, zodra eindgebruikers de aandacht gaan ervaren als betutteling werkt het avrechts.
Daarbij moet er een gezonde balans zijn tussen commercieel aantrekkelijk en bijv. aanbod van gezonde produkten
De consument is natuurlijk zelf verantwoordelijk voor zijn eigen gezondheid
Ligt ook een stuk verantwoording bij de gebruiker zelf. Oppassen voor schooljuffrouw gedrag
Wederom ligt de verantwoordelijkheid bij beide partijen lijkt mij.
Zeker belangrijk, maar heeft MAAS geen invloed op als de consument niet met zijn/haar gezondheid bezig is buiten deze momenten waar MAAS wél invloed op heeft om.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Consumers choice what they want I guess... we can only advise 🙏
7
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)
Dat gaat al ver, maar als er een markt voor is waarom niet...
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
impact van koffie op de gezondheid vd consument is eerder beperkt
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij de consument zelf en niet bij Miko.
Medewerkers - SAS
Alles wordt grondig getest.
8
Klanten - MAAS
Gezondheid en veiligheid moet sowieso gegarandeerd zijn en altijd aandacht krijgen; is basis uitgangspunt geen speerpunt.
Aandacht voor gezondere producten of gezondere keuzes wel een speerpunt
O.a. het initiatief van havermelkmachines draagt hieraan bij.
Klanten - Nederland
gezondheid is een ruim begrip, maar communicatie over product is het belangrijkste
Leveranciers - MAAS
niet ten koste van smaak, cola met nepsuiker of muslierepen in plaats van mars vind ik niks
Medewerkers - MAAS

nvt

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Geen gezonde snacks beschikbaar in het assortiment van Miko Koffie

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

DE KWALITEIT VAN DE PRODUCTEN MOET STEEDS BEKEKEN WORDEN EN ALS DIT GEOPTIMALISEERD KAN WORDEN IS DIT ZEKER EEN PISTE OM TE BEKIJKEN

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

De consument kan/moet hier ook zelf aan bijdragen.

de gezondheid voor de eindgebruiker is belangrijk want uiteindelijk zijn zij diegene waar het geld door verdient wordt. Er hoeven geen waarschuwingen te worden afgegeven maar de eindgebruiker informeren over de impact van een product is wel op zn plaats.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

It's important to be conscious of our end users but I know we supply premium quality products more transparency on ingredients is always beneficial ultimately

9

Klanten - Nederland

besteden wij ook veel aandacht aan binnen onze organisatie. Begrip Gezond is vaak wat vaag maar vooral het bieden van verantwoorde keuze's vinden wij ook belangrijk

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

kan ook een marketing strategie zijn. Mensen worden bewuster

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Encouraging consumers health shows Miko not just about profit at any cost

10

Klanten - MAAS

gezondheid eindgebruiker is van belang, want dit bevordert alles zowel prive leven als werkleven.

groot belang

vanzelfsprekendheid is hier troef

Klanten - Tsjechië

Tegenwoordig besteden consumenten steeds meer aandacht aan het verband tussen voeding en gezondheid. Het is absoluut noodzakelijk om aandacht te besteden aan de kwaliteit van voedsel, materialen en hun impact op de gezondheid van de consument. Gezondheid staat voorop.

Leveranciers - MAAS

Men wordt steeds bewuster van wat ze eten. Goede voorlichting hierin is dan ook super belangrijk.

Medewerkers - Denemarken

Met een goed product met oog voor milieu en klimaat

Medewerkers - MAAS

Als de consument zich goed voelt bij onze producten en de producten die we daarnaast aanbieden, dan is het aannemelijk dat die producten ook verkocht blijven worden en dat is goed voor iedereen die medewerker is bij Maas

Als je als bedrijf kunt bijdragen hierin dan werkt het als een inktvlek door in het bedrijfsleven, gezinnen etc.

Helpen van onze consumenten bij een gezonde strategie helpt ook MAAS

Het is goed om mensen meer gezondere producten aan te bieden.

In de horeca branche kan je de gezondheid van je klant allen maar waarborgen met een goede opleiding van je personeel. Daar heeft Maas nog heel veel aan te doen.

Variatie aan producten, wel blijven monitoren of het nodig is, bv de vegan versies, als er geen verbruik is is het onzin dat we het in het assortiment voeren, als ook de hygiëne van de machines blijven controleren zeker de machines met verse melk

Zoals ik het al bij de vorige vraag heb beschreven!

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Ik ga er vanuit dat onze koffie en bij producten van nature gezond zijn

We zijn toch allemaal consumenten

4.4.10 Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid

1

Leveranciers - Miko Group

Transparency is crucial, but it should be a two-way street, a collaborative exchange. It's about meaningful engagement. True sustainability lies in actionable steps and commitments within our supply chain, not just in words. It's about a partnership that goes beyond mere inquiries, embodying strong sustainability practices.

6

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

de kosten moeten opwegen tegen de baten.

7

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

People love traceability

8

Leveranciers - Miko Group

Traceability is the enabling business process to then tackle social and environmental impacts

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Mooi!

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

It's nice to see where the coffee comes from for sure. The customers appreciate it too.

9

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

toenemende vraag van de kritische consument (Gen-Z) om volledige transparantie te kennen

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Het is jammer dat de informatie niet regelmatig wordt doorgegeven als er een product- of referentiewijziging is.

10

Klanten - Nederland

Meten is weten , weten is doelen kunnen stellen

Klanten - United Kingdom

To become carbon zero we will need this

Leveranciers - MAAS

Samenhangend met je Co2 reductie wordt dit een steeds belangrijker punt om in te investeren. Samenwerking met de juiste leveranciers

Uitermate belangrijk! Maas is een belangrijke speler op de Nederlandse markt en heeft hiermee een voorbeeldfunctie en marktbepalende rol mbt verantwoord inkopen.

Leveranciers - Miko Group

Upcoming deforestation law

Medewerkers - Australië

This would help all Miko international branches understand the supply chain and its products more. It will benefit marketing departments and sales teams.

Medewerkers - Denemarken

Als we geen stabiele positie in de markt veiligstellen, kunnen we veel goede klanten verliezen. Verkopen als een service

Transparency is key for the customers

Medewerkers - MAAS

Bedrijfsethiek dient ten alle tijden hoog in vandel te staan , veilige werkplek voor een ieder en correcte uitstraling markt.

Dit soort criminaliteit zal de komende jaren alleen nog maar toenemen. Actie voor MAAS dus om zich hiertegen te blijven beveiligen.

Gebeurd nu niet, er is geen preventieve controle, alleen wanneer het te laat is wordt er ingegrepen

Het gebeurt nu te vaak als mensen hun mond open doen dat zij dan als vervelend personeel worden gezien en aangepakt worden. Heb het idee dat dit bij de hogere hand niet bekend is.

Het leven draait om de mens in zijn totaliteit. Welzijn is belangrijker dan winst en snelheid.

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Ik denk dat de consumenten van de toekomst dit heel belangrijk vinden. Zelf merk ik ook dat ik opzoek van waar de producten komen, welke stappen ze ondergaan hebben om tot bij ons te komen.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Wij moeten natuurlijk het vertrouwen van de klanten en van de betrokkene partijen continu versterken

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

transparantie is ten aller tijden belangrijk,. hier kun je het het verschil maken ten opzichte van de concurrentie

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Imperative to be transparent to limit any serious outcomes in the eider public with contamination/allergies and intolerances

Medewerkers - Zweden

Do not buy products or cooperate with China which is a dangerous dictatorship

4.4.11 Klimaatverandering

1

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Het belang van het klimaat moet wereldwijd gedragen worden en niet op bedrijfsniveau/consument niveau. Hierdoor worden er onnodige kosten gemaakt die doorberekend gaan worden aan de consument/eindgebruiker waardoor deze opdraait voor de kosten.

5

Klanten - Nederland

Ik ken op dit moment geen andere

No further suggestions.

Klanten - Polen

Hard to estimate precisely due to not knowing what exactly Miko is going to do - paying extra attention is very general expression (what actions stand behind?)

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Er zijn bedrijven legio die veel meer invloed (kunnen) hebben op de klimaatverandering.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I think Miko should encourage suppliers and customers alike to use alternatives rather than any plastics to help both the climate change and the planet 🌱

6

Klanten - MAAS

Neem ook de energie en emissie mee van productie, en aanverwante zaken mee van ontginnen grond, beheer, oogst, verwerking en logistiek.

Leveranciers - MAAS

ik wil graag dat mijn zoon ook nog even op deze aarde mag lopen.

Medewerkers - MAAS

We moeten mee

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

ja aandacht, niet gaan overdrijven

Medewerkers - Noorwegen

But climate is very important so it is great if Miko can do some things to make it better 😊

7

Klanten - Nederland

I don't know.

Medewerkers - Miko Koffie Duitsland

Steeds meer mensen produceren steeds meer afval. Daarom is duurzaamheid belangrijk voor het klimaat.

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Om koffie te produceren halen we natuurlijke hulpbronnen uit onze aarde. Zelfs als de werking van PURO ons in staat stelt om naar evenwicht te zoeken, hoe zit het dan met onze MIKO-producten?

8

Klanten - MAAS

Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen.

Klanten - Nederland

Besteed meer aandacht aan de fauna en flora.

Work-Life-Balance

Medewerkers - MAAS

Ketenverantwoordelijkheid in de MAAS markt, met in iedere schakel aandacht en actie voor schoon milieu verbetering.

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

We moeten onze wederverkopers en gebruikersklanten laten zien dat MIKO CAFE gevoelig is voor de gevolgen van klimaatverandering.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I feel there is many ways we can reduce our carbon footprint, whether this means more eco friendly machines/equipment to the way we all work as a team

9

Klanten - Nederland

I don't know at the moment
nein

Leveranciers - Miko Group

We see the impact every day in the field of green coffee. That's why are trying to help and advice where we can!

Medewerkers - Denemarken

Thinking it will be a big expense if you are not ahead of the industry.

We need to protect the Rain-forest to be able to survive in the long term

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Klanten zullen in de toekomst duurzame bedrijven selecteren bij hun keuze als koffie Partner. Deze Evolutie zal overwaaien uit Nederland.

om CO2 uitstoot te beperken : beter (mssn duurdere) Europese leveranciers zoeken dan Chinese

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Om toekomstbestendig te kunnen voortbestaan en de juiste klanten te binden.

We mogen wel iets anders omspringen met onze wereld en het verlengd het verhaal over Puro

Medewerkers - Noorwegen

It is important with the value of circular economy.

Medewerkers - SAS

we sorteren afval en recyclen de afval zoveel mogelijk. We proberen alles vlot in te plannen om zo veel mogelijk transportritten uit te sparen.

10

Klanten - MAAS

Requirements voor leveranciers worden steeds strenger; elektrische auto is straks het minimum.

we moeten blijven denken aan de volgende generatie en de huidige toekomst

Klanten - Nederland

No other ideas.

Unfortunately, I have no idea.

Klanten - SAS

dit is onze strategie

Klanten - Slowakije

It is very important for our company.

Klanten - Tsjechië

Klimaatbescherming is een centrale kwestie voor ieder mens, voor de hele wereld. De vervuiling moet worden gestopt en er moeten nieuwe, effectieve oplossingen worden gevonden om het klimaat te beschermen en te verbeteren.

Klanten - United Kingdom

climate change is the single most important thing

Our business is set to be carbon zero by 2040 and we can only do this with our supply partners help and commitment to the same

Leveranciers - MAAS

Ook hier is geen keuze meer in, maar wordt ons straks opgelegd door de overheid. Dus zeker belangrijk hierin bij te dragen maar ook om straks te voldoen aan de wetgeving

Leveranciers - Miko Group

As a coffee roaster, it is crucial for Miko to engage in direct collaboration at the origin, working closely with farmers and other stakeholders in the supply chain. Merely inquiring about agricultural practices or fertilizer types is insufficient without a deeper understanding of the supply chain's composition. Knowledge of the number of farmers and stable pricing mechanisms is vital. Miko's commitment to sustainable sourcing should extend beyond superficial inquiries to robust collaboration for meaningful environmental impact.

Scope 3 emissions associated to green coffee

Medewerkers - Australië

Climate change has a direct impact on the most important product for the company, coffee.

Medewerkers - Denemarken

We have a fantastic opportunity to become first movers on this topic.

We moeten zorg dragen voor ons milieu en dus voor het klimaat.

Medewerkers - MAAS

duidelijk dat dit een must is voor de gehele wereld om hier aandacht voor te vragen

Hier horen we toch allemaal een steentje aan bij te dragen?

MAAS heeft reeds een voortrekkers rol en zal deze moeten blijven behouden.

We moeten meer duurzaam met diesel autos richting elektrisch

Zeer belangrijk voor de toekomst van onze planneet. Om deze wereld ook leefbaar te maken/houden voor onze kleinkinderen.

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Als je hier niet mee instapt, ben je over 10 jaar niet meer relevant als bedrijf. Wet van de remmende vooruitgang. Dit geldt voor alle vragen op deze pagina...

Er moet gewoon iets gedaan worden aan het klimaat en dat kan alleen als iedereen zijn steentje bijdraagt.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

elke actie die klimaatverandering positief kan beïnvloeden in origine landen is extreem belangrijk om de beschikbaarheid van onze grondstof te borgen

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Climate Change affects growing of the beans and could make bean prices increase

It would only work if internal comms were taken seriously and employees kept updated and aware

There'll be no coffee in like 20 years if we don't pay extra attention innit.

Vitaly important to save the planet for future generations

Medewerkers - Noorwegen

extra attention to climate change is important

Medewerkers - SAS

Denken aan de natuur en de dieren.

Teveel afval en uitstoot

Medewerkers - Zweden

Everybody should pay extra attention to climate change

It is important that we all take responsibility for our earth.

4.4.12 Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn

5

Klanten - Nederland

Heel belangrijk, alleen door ontwikkeling te stimuleren kun je de medewerker aan het bedrijf binden en zo een werkcultuur creëren.

nein

Medewerkers - Denemarken

The reason for me not give higher rate than 5 is because I believe it is more up to each individual to pay attention to their own health and well-being.

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Ik merk dat het leven al goed is als medewerker van de Miko-groep.

6

Klanten - MAAS

Veiligheid moet sowieso gegarandeerd zijn en altijd aandacht krijgen; is basis uitgangspunt geen speerpunt

Klanten - Nederland

Ik denk dat Puro hier al een statement maakt

Leveranciers - MAAS

iedereen wil werken in een veilige omgeving

Medewerkers - MAAS

De medewerker is in eerste instantie verantwoordelijk voor zijn eigen veiligheid.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I feel this is something we should all be taking into consideration, however I understand certain step have got to be put in place for everyone to be on the same page

7

Klanten - Nederland

Steeds meer mensen produceren steeds meer afval. Daarom is duurzaamheid belangrijk voor het klimaat.

Medewerkers - MAAS

Lijkt mij heel logisch

Met de vergrijzing in het vooruitzicht is dit een belangrijk punt om de continuïteit te bevorderen.

8

Leveranciers - MAAS

Icm Sociaal werkgeverschapextra belangrijk

Medewerkers - MAAS

Veiligheid begint altijd met nadenken, elk denkproces begint met kennis. De veiligheid van de personeel is direkt afhankelijk van zijn opleiding/vakkennis.

Veiligheid zal altijd belangrijker blijven

Voor operators ligt er ook verantwoordelijkheid bij de klant/ locaties

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

werkdruk dr oa personeelstekort verhoogt de stress . Teveel stress=> mentale en fysieke ziektes

Medewerkers - SAS

temperatuur in de werkhal, in de zomer te heet, in de winter ijskoud

we krijgen de nodige veiligheidsmiddelen: bril, veiligheidsmes, pet tegen hoofdkwetsuren. Er is een vertrouwenspersoon aanwezig om te kunnen ventileren.

9

Klanten - MAAS

Alles moet gaan om veiligheid van de medewerkers, hier mogen geen kosten om gelaten worden

Klanten - Nederland

Het lidmaatschap van de Miko Groep is te kort om een exact antwoord te geven of suggesties te doen.

Leveranciers - MAAS

veiligheid altijd nummer 1 ook bij ons bedrijf

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

De werkdruk kan op sommige afdelingen aan de hoge kant zijn waardoor de motivatie kan verminderden. Verhoogd ziekteverzuim kan ook een gevolg zijn.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Yeh, I don't want to get hurt at work.

10

Klanten - MAAS

Extra aandacht zou niet nodig hoeven zijn; processen horen ingericht en geborgd te zijn op maximale veiligheid.
goed zijn voor de werknemer is van groot belang
Veiligheid alle risico zoveel als mogelijk voorkomen!
veiligheid staat voor alles

Klanten - Nederland

Met de nieuwe windturbine in de nieuwe koffiebranderij werd in dit opzicht een belangrijke mijlpaal bereikt
nein
Voor koffiezakjes denk ik dat duurzaamheid in verpakkingen momenteel niet haalbaar is, maar voor veel andere
omverpakkingen wel
#NAME?

Klanten - Slowakije

as employees are do now how of the company, and happy employee means happy company

Klanten - Tsjechië

De gezondheid, verzorging en bescherming van medewerkers en hun fysieke en mentale welzijn zijn belangrijk voor de werking van het hele bedrijf.

Klanten - United Kingdom

Our employees are the ones who make the business and give the level of service we expect. If they're looked after they will look after us better

Medewerkers - Denemarken

Healthy & happy employees - healthy Company
Healty employees makes better proformense
Uden dem,firmaet findes ikke
With scarcity of hands and brains in the future it becomes even more important to invest in good people

Medewerkers - MAAS

Dit is de standaard.
Een ongeval betekent ook ziekteverzuim,dus extra kosten
En meer betrokken zijn als iemand iets opgelopen heeft door zijn werk, wat nu niet gebeurt
gevoel van veiligheid bevordert uiteindelijke resultaat doelstelling MAAS
veiligheid boven alles , ongelukjes kosten het bedrijf geld financieel en werk blijft liggen hierdoor dus zakelijk slecht en voor de werknemer natuurlijk uiterst vervelend zacht gezegd
Veiligheid opde eerste plaats
vooral te hoge koffie automaten is voor het personeel niet goed. til en sleep werk sloopst je lijf.
Wordt op dit moment helemaal geen rekening mee gehouden!

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Voor de arbeiders: goede werkkledij, scholing in houdingen aan de machines, ... Voor de bedienden: Ergonomische bureaus, zitballen/fietsen/... Eventueel een stappenteller om bewust te worden dat je zoveel stappen moet zetten per dag.

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Een gezonde geest in een gezond lichaam functioneert het best.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

DE SAMENLEVING IS VERANDERD EN STRESS/ DRUK IS NIET MEER WEG TE DENKEN; GEZONDHEID EN WELZIJN MOGEN GEEN TABOE ZIJN EN HULPVERLENING/ COMMUNICATIE HIEROMTRENT MOET IN SPOTLIGHT KOMEN; DUIDELIJKHEID EN TRANSPARANTIE WAT MIKO KAN DOEN OM TE ONDERSTEUNEN + CURSUSSEN AANBIEDEN OMGAAN MET DRUK / STRESS / HERINTEGRATIE NA BURNOUT/ LANGDURIGE ZIEKTE

een gezonde, veilige gelukkige medewerker is de basis van een performante organisatie
Veiligheidsmaatregelen zijn belangrijk voor de welzijn van de medewerkers aan het werk. De werksfeer en arbeidsomstandigheden moet conform aan de wetgeving zijn

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Een gelukkige werknemer is een productievere werknemer. Het comfort van iedereen is voor mij heel belangrijk.
een gelukkige werknemer levert goed werk en komt met plezier naar zijn werk
Het welzijn van werknemers blijft een groot probleem.

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

De maatschappij en politiek heet jarenlang het sociale stelsel afgebroken, waardoor mensen buiten spel zijn komen te staan. Juist door deze mensen een kans te geven verbind je ze aan Miko, zijn ze bereid om Miko positief uit te dragen en geven ze hun leven inhoud. Ik maak me daar sterk voor, mijn mensen staan op de 1e plaats

lichamelijke en geestelijke gezondheid is belangrijk en moet eens per half jaar gemonitord worden door een meerdere of externe onafhankelijke partij.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Happy and well cared for staff work better

Mental health especially

More needs to be done to protect staff from the pressures of work and life balance in the UK. We have no HR candidate its now online platform literally no one to talk to that could help informally. I have watched engineers struggle due to poor relationships with line management. So where do they turn then? We need mental health first aiders in all branches and impartial point of contact for staff that are not part of management. Its hugely important to recognise that a large proportion of the work force are also remote working in the field and stretched across large areas in the UK which can bring a lot of isolation and additional needs.

Medewerkers - SAS

Het kan nooit veilig genoeg zijn.

Teveel zieken

4.4.13 Natuurbehoud en biodiversiteit

1
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
dit is niet aan miko.
2
Klanten - Nederland
Ik zou het goed vinden als Miko donaties of hulp zou inzetten voor de behoeftige campagne.
6
Klanten - MAAS
Is een voorwaarde om je UTC/ Forrest certificaat te behouden.
Klanten - Nederland
nein
7
Klanten - Nederland
Gerichte aanwezigheid in sociale netwerken
Medewerkers - Miko Koffie Duitsland
Ik denk dat Puro hier al een statement maakt
8
Klanten - MAAS
Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen. En de impact op het milieu verlagen.
Klanten - Nederland
Chancengleichheit für körperlich/geistig beeinträchtigte Menschen Gelijke kansen voor mensen met een lichamelijke en geestelijke beperking
im Moment nicht
Miko-producten toegankelijk maken voor de eindconsument
Leveranciers - Miko Group
the new European regulations regarding de-forestaton will certainly have positive global effects. what we see more and more is that companies do participate in new projects which look for areas in Flanders to plant trees. this is something we find important and which Belcof trading is also looking into.
We have to work in partnership with people on the ground to make a feasible and sustainable plan for long term without condensenting the position of every partner. It has to make common sense
Medewerkers - Australië
We would love to be able to be involved more in this on a larger scale with Miko. We have gone our own way with this connecting more with Green Bean brokers and cooperatives that run education and training in the regions we buy our coffee from. It should be a focus for the Miko Marketing and Purchasing teams ensuring we are partnered with farms that have similar values when it comes to biodiversity and conservation.
Medewerkers - MAAS
Heel belangrijk voor huidige en komende generaties.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Helping the eco system is creating a more sustainable future for rcyleing and air quality
I like animals and plants, especially different ones.
Miko must be a responsible provider
Medewerkers - SAS
we hebben een plan van ecologie voor de bossen en de plantages. Miko puro en en de bio plantages wordt ingezet op bescherming van de natuur en gewassen op biologische wijze zonder bestrijdingsmiddelen. Ook de machines worden jaarlijks gecontroleerd voor een goed verbruik te garanderen.
9
Klanten - Nederland
nein
Leveranciers - Miko Group
Deforestation free and agro-forestry improvement in coffee origins
Medewerkers - Noorwegen
This is important work that must take place in collaboration with partners. Miko must be the driving force to create a culture that this is an important area that will ensure the basis for sustainable operations in the future.

10

Klanten - MAAS

koffie is een natuurproduct.. dat vraagt om duurzame keuzes

Klanten - Nederland

nein

Klanten - Slowakije

to use more nature friedly packaging, made out of recycled materials and packaging that are easily decomposed

Klanten - Tsjechië

Wij stellen het zeer op prijs dat we met Miko kunnen samenwerken, een bedrijf dat zich al lange tijd actief inzet voor de bescherming van de natuur, dieren, regenwouden en het idee van eerlijke handel. Het is absoluut noodzakelijk voor onze planeet. Het is belangrijk om het goede voorbeeld te geven en deze activiteiten verder te ontwikkelen.

Klanten - United Kingdom

As above

Leveranciers - Miko Group

Ensuring nature conservation and biodiversity in the areas of origin requires more than attention; it necessitates a commitment to invest, collaborate, and form partnerships. Miko should actively engage in initiatives that contribute to the preservation of nature and biodiversity. Investment in these critical areas demonstrates a proactive stance, aligning with sustainability goals and fostering positive impacts on the ecosystems supporting Miko's coffee production.

Medewerkers - Denemarken

Als we niet voor het milieu zorgen, vernietigen we de natuur.

PURO Coffee

Superimportant topic - and with our PURO project we already have a strong head start.

Medewerkers - MAAS

Dieren hebben ok recht op hun habitat, en als dat in evenwicht is draagt ook bij tot gehele natuur, planten en dieren en gezondheid van de mens.

Geen aarde, is geen koffie en thee

Herstel, Behoud en Bevordering heeft direct te maken met toekomst MAAS en haar resultaat

Zonder Biodiversiteit komen we er niet . Het een is net zo belangrijk als het ander. Zo kan de aarde zich weer herstellen.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

hangt onlosmakelijk vast met aandacht voor klimaatverandering

MIKO ZET ZICH VIA PURO AL JAREN IN OM REGENWOUD TE BESCHERMEN EN IS HIERDOOR DAN OOK CO2 NEUTRAAL

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Het is goed om te beseffen dat koffie een zeer vervuilende sector is en er alles aan te doen om onze impact op de biodiversiteit zoveel mogelijk te beperken.

Onze acties (MIKO-groep) via het merk PURO geven een zekere trots om bij MIKO te werken, alle stappen zijn mooi en vertellen een mooi verhaal dat blijft groeien als een eindeloze telling.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Essential as a coffeee grower and supplier ourselves

We need to do as much as we can as individuals, and as a company, to minimise the environmental impact we have on our planet.

Medewerkers - SAS

Hoog nodig

4.4.14 Sociaal werkgeverschap

0

Klanten - MAAS

inclusie is een recht voor iedereen wat mij betreft

1

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Het is niet aan een particulier bedrijf om sociaal werk te doen.

5

Medewerkers - Miko Groep (holding)

belangrijk, maar capaciteiten zijn nog belangrijker

Kandidaten moeten kwalitatief goed zijn. Sociaal werkgeverschap om sociale gevallen te helpen is frustrerend.

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

je moet de beste persoon op de beste plaats zetten ongeacht wie of wat ze zijn. niet specifiek naar een vrouw/man/diversiteit zoeken.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

We get emails about jobs for part time delivery drivers in Cornwall. if this is what inclusion means, I'm not interested.

6

Leveranciers - MAAS

We kunnen en mogen niemand uitsluiten van zoiets waardevols als de arbeidsmarkt.

Medewerkers - MAAS

Het is belangrijk om diversiteit te hebben maar het moeten dan wel mensen zijn die het werk kunnen doen of het kunnen leren, als operator moet je wel technisch zijn

het is een mooi idee als het maar niet ten koste gaat van de werkdruk van de rest van het personeel.

Ieder medewerker van Maas, ongeacht zijn achtergrond hoort ook inclusiviteit in zijn vakkennis en werkwijze te krijgen tegelijkertijd met een baan. Maas moet meer doen aan hun personeel opleiden.

Slaagt alleen als ook de randvoorwaarden t.a.v. juiste begeleiding op en in orde zijn

Voor mensen die willen en voor gaan waarom niet

7

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Moeilijk, maar het is niet meer weg te denken. Diversiteit is gewoon een feit en moet aanvaard worden.

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

beste mensen voor de juiste job, onafhankelijk van sexe en/of afkomst

8

Klanten - MAAS

goed streven

Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een kans geven.

tevreden medewerker zorgt ook voor een tevreden klant. Iedereen moet de mogelijkheid krijgen een bijdrage te leveren aan de maatschappij

Klanten - Nederland

Gezond evenwicht is van belang

Leveranciers - MAAS

Dit is onderdeel van de Sucafina / Beyers Koffie DNA.

Medewerkers - Denemarken

I for sure think this is important - but not a topic where we need to invest a whole lot. I am under the clear impression that we are doing well already on this topic.

Medewerkers - MAAS

MAAS heeft dit al, maar het mag nog meer exposure krijgen naar de maatschappij.

uit ervaring op DAF ehv is gebleken dat we daar succes mee kunnen behalen

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Being someone like myself, i am hugely grateful as I have got the opportunity to do something great what i thoroughly enjoy! However, I feel this is also very important due to some of the most skilled, passionate and talented people I've met along my journey has also had a bad past and they're will power to better themselves everyday is outstanding!

Important but unlikely to be actioned

Medewerkers - SAS

racisme, en elke vorm van discriminatie wordt niet getolereerd.

9

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

lokale verankering geeft positief beeld . ben voorstander van extra , meer ondersteuning van lokale gemeenschap. Turnhout , en omgeving, moet van ons zijn ! De thuismatchen moeten we winnen

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Het sociale beleid draagt bij aan goed werkgeverschap en vertaalt zich naar commitment. Tweerichtingsverkeer

10

Klanten - MAAS

deze groep wordt steeds groter

Duurzame inzet van iedereen is belangrijk

inclusie zou bij elk bedrijf hoog aangeschreven moeten zijn

is onderdeel van het ESG programma en wij worden hierop door klanten getoetst.

Prestatieladder Sociaal Ondernemen (PSO) is een keurmerk wat wij hebben.

Klanten - Slowakije

social program is important for higher comfort and social feeling for the company

Klanten - United Kingdom

Everyone should be equal

Leveranciers - MAAS

20% van onze medewerkers hebben ook een afstand tot de arbeidsmarkt

Inclusief werkgeverschap is onderscheidend en noodzakelijk

Niet alleen bij Partners of Leveranciers. Maar ook binnen de eigen organisatie van Maas

Medewerkers - Denemarken

Het is geweldig om naar het werk te komen als de werkomgeving hoog is

Medewerkers - MAAS

Ben "links" georiënteerd ;-)

Geef iedereen een kans

Heb vaker met deze mensen gewerkt. Ze hebben vaak autistische verschijnselen. Deze mensen zijn zeer gestructureerd en dat hebben wij bij Maas hard nodig

iedereen behoort een kans te krijgen

Iedereen behoort gewoon de kans te krijgen om leuk en verantwoord werk te doen.

Kans krijgen om te groeien en mee te kunnen draaien in de maatschappij

Nederland is meer en meer een multiculturele samenleving met een brede diversiteit dus aandacht is een must

Ook diversiteit in de top van het bedrijf.

Uit alle onderzoeken blijkt dat de medewerker beter in zijn vel zit en beter presteert als de werkgever goed voor zijn personeel zorgt

Uitstekend !!

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

De goed sociaal werkgeverschap stimuleert de betrokkenheid van de medewerkers

DE SAMENLEVING IS DIVERS, DIT WORDT OOK WEERSPIEGELD IN DE MEDEWERKERS BINNEN MIKO: LEEFTIJD - CULTUUR - GEAARDHEID IEDEREEN DIE BIJ MIKO TEWERKGESTELD IS MOET DEZELFDE KANSEN KRIJGEN OM DOOR TE GROEIEN EN OPLEIDING TE VOLGEN

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Het is waar dat wanneer je onverwachte gebeurtenissen in je leven tegenkomt, de spanning kan verminderen als je erover kunt praten met een vertrouwd persoon die de informatie niet wil vrijgeven.

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

We leven in een maatschappij met veel sociaal, psychisch en financiële problemen. Wij kunnen onze medewerkers daar in ondersteunen zodat er een sterke(re) basis is voor medewerkers.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I actually feel we are achieving diversity in some disabilities & range of nationalities that work with Miko in this way it us an open culture, we could have more diversity in race. I was told ADHD is not recognised by Miko Coffee which is not acceptable in 2023. All neurodiversity should have accommodations in place if required to make carrying out the workload possible for each individual. We all learn differently.

Medewerkers - Zweden

It is important to find a way to make everyone feel included in a climate-smart way.

4.4.15 Talent- en medewerkersontwikkeling

2

Klanten - MAAS

Vind het samenvoegen van twee verschillende groepen medewerker in een vraag niet te beantwoorden.

4

Klanten - MAAS

schoenmaker blijf bij je leest en stel bijvoorbeeld een deel van de winst ter beschikking

6

Klanten - MAAS

Als onderdeel van ESG zeer belangrijk. Waar en hoe dit plaatsvindt is aan Maas

Leveranciers - MAAS

dat is niet meer dan eerlijk.....toch?

Medewerkers - MAAS

altijd ruimte voor verandering

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Ik heb momenteel geen verdere suggesties hiervoor.

7

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

of anders gesteld ; hoe kunnen we (jong) talent in dienst houden ? Hoe gaan we om met medewerkers met ambitie ?

Medewerkers - SAS

Er zijn doorgroeikansen indien gewenst.

8

Klanten - MAAS

I.v.m. schaarste van arbeidskrachten is met name de aandacht voor eigen medewerkers van belang om de continuïteit van de dienstverlening te kunnen borgen en de kwaliteitsbeleving te verhogen.

Moet zeker wel gebeuren maar gaat niet boven alles

vooruitgang

Medewerkers - MAAS

Dit is altijd belangrijk. Niet in de laatste plaats voor ook een stukje motivatie.

Huidige activiteiten zijn prima !

nvt

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Altijd meegenomen. Talent mag kansen krijgen.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Investment into staff can make a smother running company and also makes people feel closer together meaning a stronger team👉

Yes, it'd be nice not to stagnate and have some investment in people.

9

Klanten - Nederland

ontwikkeling van medewerkers dragen bij aan de positieve ontwikkeling van de organisatie

Klanten - Slowakije

it is very important to make healthy backgroud for employees and to their constant professional growth

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Laat mensen doen waar ze blij van worden, de een wil ontwikkelen, de ander niet.

Ontwikkeling staat voor groei en potentieel dat nog niet of onvoldoende is benut. Ontwikkeling en groei staan voor motivatie

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

To progress and stay innovative for the future of Miko training and recognition with encouragement is vital

10

Klanten - MAAS

impact maken op de plaats waar het product vandaan komt, versterkt het gevoel van gelijkheid en bijdragen aan de woon-en werkomstandigheden van de bevolking

Klanten - Nederland

Personeel en ontwikkeling is nodig, stil staan is achteruit gaan,

Klanten - Tsjechië

Ontwikkeling, ondersteuning, training en leiderschap in de verantwoordelijkheid van medewerkers zijn de manier om het hele bedrijf verder te ontwikkelen en de productiviteit op peil te houden en te verhogen. Ook deze activiteiten zijn van harte welkom.

Klanten - United Kingdom

Refer to the excellent employee comment giving better service

Medewerkers - Australië

Always welcome opportunity to grow within the group, and learn new skills within the industry.

Medewerkers - Denemarken

Again - its all about people at the end!

Het is daarom belangrijk dat het management ziet waar de medewerkers hun talenten en ontwikkelingswensen hebben

We ensure that we have the right people in the right places

Medewerkers - MAAS

Alles is afhankelijk ervan.

Als het gaat om de medewerkers in Nederland heel belangrijk want er wordt voor de medewerkers onder een bepaalde salarisschaal niets gedaan

Eerst zorgen dat je Maas medewerkers zich goed kunnen ontwikkelen.

Goede ontwikkeling voor iedereen is belangrijk. Vooral als je al 1-0 achterstaat. Waardering en een compliment is maar een kleine moeite en maakt mensen groot.

Heel belangrijk. Nu weten mensen vaak niet eens hoe automaten werken en hierdoor ontstaan storingen waardoor de klant en MAAS problemen krijgen.

Heel belangrijk0

Het is voor iedereen een goed recht om zich te ontwikkelen als men dat wilt.

Je kunt als bedrijf veel betekenen zodat deze mensen in hun land het ook weer kunnen doorgeven en komt de gemeenschap ten goede.

Mogelijkheid tot volgen cursussen

Ontwikkeling bij de basis helpt de gehele koffie keten

Verdient zich zelf terug en minder verloop, nu 25% oa door geen opleiding

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Eigen mensen kans geven om hun talenten te ontwikkelen en steeds bij te leren.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

ALS DE VRAAG TOT ZELFONTPLOOIING BINNEN DE JOB WORDT GESTELD - EN OPLEIDING IS RELEVANT BINNEN FUNCTIE - DAN MOET DIT VOORZIEN WORDEN, ZELFONTPLOOIING - GROEI - OPWERKEN DMV OPLEIDING/ KENNIS OPDOEN MOET TOEGEJUICHD WORDEN - DIT ZORGT VOOR PLEZIER IN DE JOB

Goede opleiding leidt meestal tot goede resultaten - opleiding on the job is goud waard

Goede werknemers moeten we ten alle tijde proberen in de firma te houden. Het aanbieden van interne groeikansen is zeker een goede stimulator.

Ik vind persoonlijk dat Miko te weinig doet in de medewerkersontwikkeling en luistert niet altijd naar de juiste persoon wanneer een beslissing moet genomen worden

Medewerkers - Miko Koffie Duitsland

Heel belangrijk, alleen door ontwikkeling te stimuleren kun je de medewerker aan het bedrijf binden en zo een werkcultuur creëren.

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

de mogelijkheid hebben om binnen uw bedrijf ideeën aan te dragen en gewaardeerd te worden, is goed voor de medewerker en erkenning

Het behouden van de goede elementen van een samenleving draagt bij aan de ontwikkeling ervan. Door talenten te ontwikkelen wordt het gebruik van nieuwe externe elementen verminderd. Er wordt dus minder tijd verspild aan training of iets anders en iedereen profiteert ervan.

het feit dat ik 's avonds naar huis ga om iets te leren is een persoonlijke voldoening. Er gaat geen dag voorbij zonder dat ik iets leer, dit is al zo sinds ik op de arbeidsmarkt zat, de beste ambitie dan wat we professioneel kunnen hebben is ontdekken en leren en sollicitatie.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

I can see no effort to develop skills further or progress within the business which actually leaves employees mostly dispondant with low morale. We have little to no training pro actively put in place in many circumstances and are expected to then pick up training ourselves especially with equipment/machinery and IT systems.

There is never any path for progression in the UK. You always remain where you are, just accepting additional roles/work.

Medewerkers - SAS

De mensen de kansen bieden om zichzelf te ontdekken, en zo ook deze ontdekkingen mee te ondersteunen
Weinig feedback

4.4.16 Verantwoord inkopen

3

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

het antwoord in het bedrijfsleven is standaard. zo goedkoop als mogelijk.

6

Medewerkers - Denemarken

Forstår ikke

7

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

Je moet wel kunnen blijven concurreren, dat is de levensader van het bedrijf. Daar moeten keuzes in gemaakt worden, zonder een goede financiële positie is al het bovenstaande niet mogelijk.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

This is kind of standard stuff though right?

8

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

verantwoord inkopen heeft helaas meestal gevolg op het kostenplaatje

9

Medewerkers - Miko Groep (holding)

Wij kunnen zoveel maatregelen nemen als we willen, maar degene die voor ons de grondstoffen aanleveren, moeten dit minstens even goed doen.

Zo niet, kunnen de andere waarden van de EGS niet worden goedgekeurd

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

hangt onlosmakelijk samen met bovenstaande criteria

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Er is zoveel afval in deze wereld dat het beter is om een voorraad in te slaan op basis van de eisen en behoeften

10

Klanten - Nederland

Bewustwording dmv een eerlijk bakje koffie welke duurzaam is geproduceerd en daarover communiceren is belangrijk

Klanten - Tsjechië

Het bedrijf moet zich inzetten voor verantwoorde en ethische inkoop. Verantwoord gedrag leidt tot positieve effecten op de werkgelegenheid, het milieu en de economie en schept daarmee vertrouwen in de samenleving als geheel.

Klanten - United Kingdom

Again we don't want any reputational damage from poor choices of supply chains

Leveranciers - MAAS

Samenhangend met je Co2 reductie wordt dit een steeds belangrijker punt om in te investeren. Samenwerking met de juiste leveranciers

Uitermate belangrijk! Maas is een belangrijke speler op de Nederlandse markt en heeft hiermee een voorbeeldfunctie en marktbepalende rol mbt verantwoord inkopen.

Leveranciers - Miko Group

Building on traceability this is the real business driver for tackling and achieving positive social and environmental impacts

Responsible procurement includes engaging in projects, collaborating with suppliers and other actors, ensuring fair labor practices, promoting environmental sustainability, and overall, making choices that align with responsible business practices. It's a shared responsibility that extends to various aspects of the supply chain, aiming for positive impacts beyond just the immediate transaction.

Medewerkers - MAAS

Bedrijfsethiek dient ten alle tijden hoog in vandel te staan , veilige werkplek voor een ieder en correcte uitstraling markt.

Dit soort criminaliteit zal de komende jaren alleen nog maar toenemen. Actie voor MAAS dus om zich hiertegen te blijven beveiligen.

Gebeurt nu niet, er is geen preventieve controle, alleen wanneer het te laat is wordt er ingegrepen

Het gebeurt nu te vaak als mensen hun mond open doen dat zij dan als vervelend personeel worden gezien en aangepakt worden. Heb het idee dat dit bij de hogere hand niet bekend is.

Het leven draait om de mens in zijn totaliteit. Welzijn is belangrijker dan winst en snelheid.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

Wij moeten altijd de beste verhouding kwaliteit - kosten benaderen maar het evenwicht is kwetsbaar ... maar in het algemeen geen concessie op de kwaliteit maken

Medewerkers - SAS
Beter materiaal

4.4.17 Watergebruik

5
Medewerkers - Denemarken
More important to challenge our machine suppliers on reduction of water consumption.
6
Klanten - MAAS
Water is toch een voorwaarde vanuit de klant, wat heeft Maas hier als leverancier voor rol?
Medewerkers - MAAS
Weet ik niet
Zijn toch vaak afhankelijk van de klant
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Pollution is not acceptable particularly in such a vital commodity as water
7
Klanten - Nederland
Water is primair bestand van het product, hier kun je niet op reduceren.
water wordt het duurzame goed van de toekomst, voor Bravis zullen er ook zaken moeten veranderen. het gebruik zal iedereen anders moeten gaan doen.
8
Klanten - MAAS
Mede ook door alle regelgeving is het voor ons als klant ook belangrijk dat we kunnen aantonen dat we onze CO2 footprint in de totale keten verlagen. En duurzaam omgaan met natuurlijke bronnen, zoals water.
Klanten - Nederland
belangrijk omdat er wereldwijd voor te zorgen dat er geen schaarste ontstaat. De economie kan niet zonder water, oa bij de productie van bepaalde goederen
Leveranciers - Miko Group
recuperation of rain for usage is getting more and more important as well as good drainage of rain.
Medewerkers - MAAS
Waterspilling moet minder. Kwaliteit water moet blijven. Dat zijn bijvoorbeeld onderwerpen waar MAAS aandacht aan kan geven.
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
waterzuiveringsinstallatie ? is dat optie ?
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
In productieprocessen valt er misschien wat winst te behalen, qua gebouwenbeheer misschien niet voldoende.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
We could just make ristrettos instead of espressos.
Medewerkers - Noorwegen
This is not just about Miko, but to a large extent what development of infrastructure we can see in the future with a greater separation of waste water, reducing product quantity, reducing product selection etc.
Medewerkers - SAS
water verbruik wordt goed in het oog gehouden door automatische kranen en het meten van vochtgehalte bij de koffie.
10
Klanten - MAAS
koffie is een natuurproduct.. dat vraagt om duurzame keuzes
niet alles is oneindig beschikbaar
Water is van levensbelang van mens en dier.
Klanten - SAS
dit is onze strategie
Klanten - Tsjechië
Fundamentele problemen met betrekking tot water – de vervuiling en het tekort ervan. Wij vinden het van groot belang om de problematiek rond water aan te pakken. Water is de sleutel tot het leven op aarde. Hem beschermen zou een prioriteit moeten zijn.
Klanten - United Kingdom
As above
Medewerkers - Denemarken
Door de klimaatverandering wordt het water steeds minder.

Medewerkers - MAAS

Daar zijn we allemaal verantwoordelijk voor.

Schoon drinkwater voor iedereen. Mens en dier. En geen verspilling. Vast een utopie maar proberen om er dicht bij te komen

Van levensbelang voor een ieder dus extra aandacht is een must

waterzuivering wordt steeds duurder en goed drinkwater steeds schaarser, moet je zuinig en bewust mee omgaan ook met de vervuiling van water.

We verbruiken nu erg veel water.

Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk

Water is leven, toch? daarom moeten we waakzaam zijn met onze consumptie.

Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom

Absolutely agree as an international company we need to ensure we are conscious of all disposal within the business

4.5 Volledigheid onderwerpenlijst

De respondenten waren verplicht om aan te geven of de genoemde impactonderwerpen en impactgebieden de impact van Miko compleet was.

Zijn er enige andere onderwerpen of impactgebieden, die nog niet genoemd zijn, waar Miko extra aandacht aan zou moeten geven?

78% procent geeft aan dat alle impactonderwerpen behandeld zijn. 22% heeft een opmerking achtergelaten over ontbrekende of niet-ontbrekende impactgebieden. Hierbij is geen rekening gehouden met of het genoemde impactgebied ook daadwerkelijk ontbreekt, of dat de respondent het al behandelde onderwerp extra wil benadrukken.

Het daadwerkelijk ontbrekende, of niet genoeg prominente, onderwerp dat het meest is genoemd zijn leefbare salarissen voor medewerkers.

4.5.1 Ontbrekende impactgebieden

Klanten - MAAS
kwaliteit machines en of dit goed werkbaar is voor de klant
Meer betrokkenheid van de account managers naar de operators toe, vaak weten de operators niet eens dat de accountmanagers hun collega's zijn als deze op locatie komt.
SUP-wetgeving. Het verminderen van beker gebruik.
Klanten - Nederland
klanten die het goed doen / extra investeren in duurzaamheid belonen
Zorg ervoor dat je net iets meer qua service geeft als je concurrentie en blijf up to date met de hedendaagse mogelijkheden zoals technisch als data delende
Klanten - Slowakije
what to do with the waste from coffee
Klanten - Zweden
SBTi
Worth to mention extra your Fairtrade products-Puro coffee etc
Leveranciers - MAAS
Werken aan transparantie, leefbaar inkomen en biodiversiteit(behoud) bij de boeren waar het koffie van inkoop. Direct en indirect.
Leveranciers - Miko Group
Again, being compliant to the upcoming deforestation law and working together with partners to achieve this.
Child labor which is a specific topic
Circulariteit wat de horecatoestellen betreft.
Human Rights respect on supply chain
I sincerely miss in the cooperation with Miko partnership that we do have with other major parties. I never feel we can build long-term relationships. Today we get to deliver, tomorrow we get thanked again.
R&D
Stakeholder Engagement, Product Innovation for Sustainability, Circular Economy, Social Equity, Climate Resilience.
Support local associations Employee travel from home to work (car sharing) Renewable energies (solar panels) Carbon footprint
SUPPORT WORKING FROM HOME, TO REDUCE POLLUTION AND STRESS
The importance of sourcing products that are impacting positively the local farmers and not dammaging the environement
Medewerkers - Australië
Employee Health & Wellness
You have covered quite a bit. I canr think of anything else to add.
Medewerkers - Denemarken
Environmental coffee bags
I think we should get better at recycling our coffee machines
Medewerkers - MAAS
Aan hun personeel meer waardering.
beter communicatie tussen de werkvloer en kantoor beter materiaal voor op de werkvloer
cao afsluiten,de laatste is van 2013!!!
De lonen wat meer met de inflatie laten meestijgen. Zou hou je de goeie mensen beter aan boord en is het makkelijker om nieuwe te vinden.
Een impactgebied is bijvoorbeeld het autogebruik en de afstanden die afgelegd worden in priveauto's door medewerkers
gelijke waardering mannen / vrouwen Wij hebben een voorbeeldfunctie dus alle genoemde onderwerpen zijn belangrijk.
Laten we eens alle neusjes de zelfde kant op laten gaan. Heb graag meer ontmoetingen en gesprekken met alle medewerkers van top tot operator. En laten we mensen die een afstand van de arbeidsmarkt markt hebben helpen en inzetten voor MAAS. Ik ben voor!!!!!! Heel voor!!!!
Meer nadruk op recycle cyclus machine park

Mensen met kinderen beter behandelen wat betreft vakantie. Nu zijn deze mensen slechter af dan de mensen zonder kinderen.
Mondelinge afspraken die gemaakt worden door het management ook nakomen en op papier zetten. Bereikbaarheid/communicatie van management (regiomanager) verbeteren
Onze medewerkers welke binnen werken eens een keer laten zien hoe het buiten werkt.
Ook blijven kijken naar inkoop, bv de afwasborstels zijn nu van zeer goedkope kwaliteit, zijn na 1 keer gebruiken al versleten, geld besparen is goed maar wel op de juiste manier, als ook de zwarte vuilniszakken, zijn nu zo dun dat je er doorheen kunt kijken, niet stevig genoeg voor koffiedrap
Scholing aan eigen medewerkers
Vooraf goed zorgen voor de huidige medewerkers, maar ook voor de nieuwe medewerkers; dat die goed begeleid worden zodat alle uitvoeringen ook goed voortgezet kunnen worden.
Zorg dat de basis goed is in een bedrijf en ga dan pas zweven naar de buitenwereld.
Medewerkers - Miko Group (holding)
Gebouwen MIKO - klimaatneutraal Woon werk verkeer Telewerk
Sneller inspelen op de concurrentie en op concurrentiële producten.
Medewerkers - Miko Koffie België (productie)
Afval belijd
Dat de eerlijke kansen voor werknemers om door te groeien of zich te verbeteren inzake werk en loon niet eerlijk verlopen. Te veel vriendjes politiek. Er worden voor sommige functies mensen naar voor getrokken die deze functie niet waardig zijn. En dat de kloof bediende arbeider alleen maar groter word . Het zijn de arbeiders die het werk verzetten niet de bedienden maar dit wordt zo niet bekeken door bedienden en leidinggevende. Als er een probleem is tussen arbeiders en bedienden of leidinggevende is het automatisch en blijkbaar normaal dat de arbeider aan het kortste eind trekt . Zelfs als er tijdens een gesprek over dit probleem toegegeven word dat je als arbeider gelijk hebt in een bepaald geval is het toch zo dat de arbeider zich moet aanpassen en er aan de rest geen gevolg gegeven word.Dit kan niet.
duurzaam transport
Het is zeer belangrijk dat we er met ons allen van bewust zijn dat het enorm belangrijk is om zo goed mogelijk ons best te doen wat milieuvervuiling e.d.betreft. Ik denk dat Miko daarin goed bezig is.
Het verschil tussen bedienden en arbeiders verminderen/weghalen
Kwaliteit en service
Zorgen dat er zo weinig mogelijk afval gemaakt word
Medewerkers - Miko Koffie België (sales)
Afvalwater!
Employee satisfaction
Impact loon vs prijsstijgingen in de winkel
materiaalkeuze
meer aandacht voor de mens achter de werknemer!
Meer opleidingen aanbieden
Mentaal welzijn
mentaal welzijn
periodieke bevraging van klanten over tevredenheid
Work life balance personeel
Zo efficiënt mogelijk klanten depanneren en goederen leveren. Misschien op zoek gaan of er technologische oplossingen zijn om dit te bereiken bvb nog meer telemetrie ,IOT oplossingen gebruiken .
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
RAS
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
Bevorderen van het meer duurzaam transporteren van medewerkers en producten
Communicatie
Eigen CAO
het onderhoud / behoud van collega's vanuit management naar zijn/haar directe team toe.
Meer transparantie over productie van randproducten zoals melkpoeder, choc etc.
Pensioen
Social return, mensen met achterstand tot de arbeidsmarkt meer betrekken waar mogelijk.
Soms komen wij in Rotterdam wat spullen tekort wat erg jammer is, aangezien je dan 2x naar dezelfde adressen rijdt wat weer minder is voor het milieu. Ik hoop dat daar naar gekeken kan worden!
Wel benoemd, maar om aan te stippen. De focus op sociale verantwoordelijkheid voor de MIKO werknemer. En daarmee de stimulans om te kiezen voor MIKO als werkgever. Social impact gaat in ons geval vaak over impact in de koffieproducerende landen, en indien het in ons eigen land is dan ligt de focus weer snel op Groepen die een tweede kans moeten krijgen. (SROI) Het feit dat je als bedrijf > 1000 mensen aan het werk houdt lijkt dan soms van ondergeschikt belang. Dit is geen vanzelfsprekendheid.
werkdruk
Medewerkers - Miko Koffie Slowakije
Equal wage in different countries and regions.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
Commitment to the real Living wage in the UK and more engagement with farmers in coffee growing areas to improve standards of living and communication streams

Communication both internally with staff at all levels and suppliers encourages transparency , social media is an important part of commercial communication

dont know

For wages for all staff proper banding in roles & opportunities for growth in roles. All employees should be given the opportunity to visit our manufacturing base in Belgium at the very least it should be inclusive for all to give insight for customer base

Gender equality, equal pay, carbon footprint, staff wellbeing

introduce electrical vehicles.

mental health/wellbeing of employees

Paying attention to current economic trends and inflation and adjusting wages to ensure employees can continue their lives

Paying attention to staff mental well being

REcycling at a local Branch level is nonexistent. This needs to be improved by 100%

Support for charities/ paid volunteer days

the rise in cost of living

Medewerkers - SAS

Bij duurzaam inkopen let u naast prijs en kwaliteit ook op sociale aspecten en het milieu.Vooral als u producten koopt in het buitenland,is het goed te kijken naar het productieproces.

Minder werkdruk

Proper- en netheid: er moet meer aandacht besteed worden aan onderhoud zowel van de machines als de gebouwen zelf

Relatie directie en personeel toegankelijker

veiligheid

Medewerkers - Zweden

4.5.2 Bevestiging op dekking impactgebieden

No i think pressing topics were covered well
Klanten - België (MCS)
neen
Klanten - Denemarken
hih
zstgre
Klanten - Duitsland
I
Nee
Klanten - MAAS
De genoemde onderwerpen zijn goed.
Geen aanvulling(en)
Nee
nvt
SDG's neemt MAAS ook mee
Klanten - Nederland
Alle E en S-en zijn aanbod gekomen
neen
Niet direct
nvt
Klanten - Noorwegen
.
Klanten - Polen
no
Klanten - SAS
/
no
non
Vooralsnog niet
Klanten - Slowakije
no
No.
Klanten - Tsjechië
no
Klanten - United Kingdom
How can they help the buyer do similar things - can they share ideas with us?
Miko are by far the Most sustainable Brand I've worked with. I've scored everything very high as feel all points are extremely Important. Carry on doing what you are doing.
no
Klanten - Zweden
no
Leveranciers - MAAS
Nee, is compleet zo.
niet dat ik zo weet
Voorafgaande vragen waren een goede samenvatting
Leveranciers - Miko Group
Most topics were mentioned
nc
no
No I think you are already very far in this...
No other topics
No other topics.
No, all the most important impact topics are mentioned
Not at the moment
Not that I think of for the moment
The topics shown in this survey are the main ones Miko should focus on according to us. We don't see any added scope.
We believe the most important topics are taken into account. Miko values the impact that can be made as well at origin as locally on the 3 main challenges to face: environment, climate change, socially and the respect of the integrity of all partners, co-workers, etc... And last but not least, the traceability and transparency of the origin of the coffee.
Medewerkers - Australië
.

all topics have been covered

N/A

no

Medewerkers - Denemarken

.

Can't find any

I dont know

N/A

no

No

No - lets keep full focus on promoting what we do with PURO

No i dont Think so

No it has all been well covered

No it's fine

No, good survey

No, I think it's ok.

No, not that I can think of

No.

None

Not at the moment

Not really

not sure

Nothing that comes to mind.

Of course there will be. But I think that you've sat the bar pretty high. I'd also add, that the first five questions, are a definite 10. All necessities in order to change the climate crisis.

Well done

X

You are doing everthing very well



Medewerkers - MAAS

-

Nee

niet alleen dingen zeggen maar ook doen,

Niet dat ik weet.

Schiet me niet iets te binnen

Weet niet.

Medewerkers - Miko Group (holding)

-

/

n.v.t.

Nee

neen

X

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

/

//

Nee

neen

Neen.

nvt

Nvt.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

-

.

/

?

ALLES IS REEDS BENOEMD IN DE VRAGEN

Geen

Geen idee

Ik zie niet direct

N

Nee

neen
Neen
neen, ik vind dat als we op dezelfde koers blijven verder gaan met oog op de toekomst we dit prima doen.
neen, niet dadelijk. Als we toekomstgericht kunnen verder zetten wat we reeds doen.
niet dat ik weet
Niet onmiddellijk, die ik aanvoel als een werkpunt.
Medewerkers - Miko Koffie Duitsland
.
Nee
Medewerkers - Miko Koffie Frankrijk
*
.
Nee
Neen.
non
non
Medewerkers - Miko Koffie Nederland
.
??
Alles is vernoemd in mijn ogen
Dit zijn genoeg aandachtspunten
Geen
Geen Tip wel een enorme waardering voor het bedrijf
Ik ben van mening dat Miko een heel bewust bedrijf is wat goed weet wat er in de wereld speelt.
Nee
Nee, ik denk dat alles wel gevraagd is.
Nee, Miko is al sterk bezig op het gebied van CSR
neen
Niet bij mijn weten.
niet dat ik weet
Niks
nvt
Op dit moment niet
Volgens mij is alles genoemd
volgens mij niet
Voor zo ver. Ik zie het alleen voor uitgang hebben.
X
Zullen er vast wel zijn... maar kan het niet benoemen op het moment.
Medewerkers - Miko Koffie Polen
non
Medewerkers - Miko Koffie Slowakije
I can't think of any specific topic or area at the moment.
I don't have enough information to answer this question.
I think all has been included
Nie
the main topics have been already mentioned
There are not any other impact topics or impact areas to pay extra attention to.
You should pay attention to the salary differences in other countries or regions
Medewerkers - Miko Koffie Tsjechië
I don't know at the moment
I don't know.
nein
No further suggestions.
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
*
.
...
,
All of the topics mentioned should already be top priority for Miko, who through the Puro brand are already presenting themselves as a climate conscious and socially responsible organisation. These values should be standard across the brand, it's foolish to exploit a natural resource like coffee without prioritising the wellbeing of the people needed to produce it or the climate needed to grow it in. Employee wellbeing and development should also already be a priority and currently has a lot of room for improvement. The low wages being paid here

are very limiting and in some cases not enough to live on. This together with the poor work culture is likely the cause for such high staff turnover in service/support

I do believe that our Buisness modus operandi has been extremely efficient in the last 10 years

I feel the survey could've perhaps asked for how well each employee thinks Miko is doing, rather than getting them to prioritise lots of important things. That way you could see where it is perceived improvements should be made

N

N/A

no

No

None

None that I can think of

None that I can think of now.

None that I can think of right now.

Not at the moment.

Not that I can think of

Nothing that comes to mind as of yet

Medewerkers - Noorwegen

-

.

I cant think of anything 😊

I think Miko has mentioned the most important elements in thinking about sustainability and the most important and perhaps the most difficult job is to create motivasjon at all levels in the company that will secure the future for the company .

no

Norge

Norway

Not that I know

That covers.

Think we are covered

Yes

Medewerkers - SAS

.

/

Alles is behandeld.

Geen

Geen

Nee

neen

Niet onmiddellijk

O

Medewerkers - TIN

?

nvt

Medewerkers - Zweden

.

.....

no

No

No not really. But all the previous questions are absolute important and everybody should pay extra attention to it

No, I don't think so right now. If I come up with something afterwards, I can contact you.

None

Not that I can think of

Not that I can think of at the moment

Not that I can think of.

Nothing I think of at the moment

4.6 Vrijblijvende tips van stakeholders

Vrijblijvend konden respondenten een tip, idee of suggestie achterlaten.

Heb je enige tips, ideeën of suggesties hoe Miko haar impact kan verbeteren?

Reacties in het Deens, Tsjechisch, Frans en Duits zijn automatisch vertaald naar het Nederlands.

Klanten - Australië
Not right now however would love to for Australia to be kept in the loop as much as possible :)
Klanten - MAAS
Focus op duurzaamheid is #1
minder onderscheid in persoonlijkheid en functie. wees herkenbaar voor elkaar.
Nee, betreft al veel belangrijke aandachtspunten
verpakkingsmateriaal retour nemen, koffieresten retour nemen en recyclen. Elektrische bedrijfswagen voor CO2 reductie. groter reservoir in automaat zodat Maas nog maar 3x per week hoeft te vullen ipv dagelijks. Zeker als bekers op 1 januari niet meer uit automaat komen.
Klanten - Nederland
als er goede aandacht en invulling wordt gegeven aan hiervoor genoemde stellingen zijn jullie een bedrijf waar je trots op mag zijn
Meer communicatie over proces, product en (komende) wetgeving
meer impact maken samen met de klant
minder plastic
Mooie survey
Zorg voor een goed verbruiksoverzicht van de gekochte goederen en de machines via 1 platform of webportal,
Klanten - Slowakije
pay attention to the enviroment, reusable packaging, easily disposable waste
Klanten - United Kingdom
Continue to drive sustainability within your brand Puro. Possible focus on cocoa sourcing apply the same standards to that area to achieve natural balance as you have done on the coffee reserves.
Send out impact reports to customers and good news stories
use your own fleet of electric vehicles
Klanten - Zweden
Not for now
Leveranciers - MAAS
Compleet
ja daar gaan we samen mee aan de gang
Met haar partner o.a. Teamwerk een csr propositie ontwikkelen en breder in de markt zetten icm opleiding etc
Samenwerken met duurzame koffie traders en andere partijen die lange termijn relaties onderhouden met boeren in origines en daar werken aan positieve impact.
Zou met name de druk opvoeren bij je leveranciers:)
Leveranciers - Miko Group
Adopt sustainable and circular packaging
do believe that certifications such as fair trade and rfa do already foresee in a lot of sustainability. this is appreciated by your customers. But we do also believe that local initiatives such as planting trees close to your factory, regular publication of the co pollution/compensation and publication of social activities for instance are also more and more important for the customers.
Focus on more sustainable products
Go beyond certification and create impact by building strong partnerships with your suppliers
How can Miko bring the suppliers and co-develop a sourcing programme to better impact local farmers and the sourcing landscape.
I think it's important that Miko focuses on its core business to maximise optionality. Meaning if Miko does well its partnership should be better off in the longrun. The ecosystem of Miko has a bigger impact if Miko is profitable and expansive! (of course with the right values Miko has today)
Miko can amplify their impact by jointly crafting a comprehensive sustainability coffee program with Coffeeteam. Collaborative efforts in this program can enhance supply chain transparency, promote ethical practices, and foster a positive impact on both environmental and social aspects within the coffee industry. STRONG SUSTAINABILITY, Implementation with Impact: Establish partnerships with local communities in coffee-producing regions. Commit to fair pricing for coffee beans to ensure a living wage for farmers. Implement mechanisms to track and ensure fair wages throughout the supply chain. Allocate funds for community development projects in coffee-growing regions. Encourage biodiversity conservation in coffee farms. Implement practices that protect the natural habitat. Communicate sustainability efforts to consumers. Encourage consumers to make environmentally conscious choices.
No other topics
You can check AIM-Progress to improve supply chains together.
Medewerkers - Australië
nein
Medewerkers - Denemarken
Growing new trees, capturing Co2 and storing, reusable packaging and managing of this, Solar cells, water energy, greener transportation (electric trucks etc.), energy conservation in form of batteries (solar cells, water energy, windmills)

I dont know

I think it is important to have a lot of focus on local green initiatives being shared, so that together we can lift the herd and share green values with each other across countries and cultures.

I would for sure decide to centralize much of the work done on CSR on a Group level so that we as subsidiaries can benefit from the combined strength of the Group.

more advertising and more transparency

nein

New CSR rapport for 2023-2024

New innovations, how do er Think different and implement some forward new thinking? Can er do something with the disposal of the Coffee grounds, the cups, the bags the beans are packed In or something else?

no not for the time being

Not at the moment

Not at the moment

We could perhaps be better at renovating and updating old coffee machines after 5 years leasing or even buy our customers' old coffee machines that are 4-5 years old and then renting them out to companies over a 3 or 4 year period. In this way, old equipment is brought back to life and we secure new customer's during the period when they can only use MIKO coffee i the hole rent period. recycling is the new hit.!

Medewerkers - MAAS

beter te communiceren.

bij andere bedrijven kijken en met de tijd mee gaan

Door goed op duurzaamheid en milieu blijven te investeren kan MAAS haar impact verder vergroten .

Een fietsenplan zou medewerkers misschien meer stimuleren om op de fiets naar het werk te gaan.

Er bestaan koffie bekers gemaakt van koffiedik. De TU gaat koffiebekers recyclen. Biologisch afbreekbare zakken. Geen plastic meer om de theedozen

Frequenter exposure op social media exposure.

Ga eens met onze medewerkers in gesprek (1 op 1).

Hogere bedrijfszekerheid van de machines.

Hopelijk heeft dit onderzoek alleen maar positieve gevolgen voor Maas. Verbeter de wereld, begin bij jezelf!

kleine verpakkingen suiker ,melk enz naar grote dispensers overbrengen zodat er minder afval en verpakking overblijft

Luister meer naar de mensen in het veld, dan krijg je de impact waar Maas voor wil gaan staan!

meer menselijke maat en empathie in de bedrijfsvoering

Niet gaan voor kwantiteit maar voor kwaliteit!!

Op dit moment niet.

Producten (koffie, melk ,cacao verpakken en leveren in biologisch afbreekbare verpakkingen. Op rolcontainers leveren met vast bakken/vakken waardoor er geen omdoen meer nodig zijn

Tevredenheid onderzoek mbt gehoord worden ,dat er vele zaken blijven liggen. En dat er alleen belangrijke zaken gedaan worden die door directie gemaakt worden. Bv fietsplan voor werknemers. Al jaren over bezig. Haal de mensen uit de auto. Dan ben je pas groen bezig. En meer van die zaken waar niet naar word geluisterd.

Verbeter de wereld , begin bij jezelf - direct overgaan op reusable cups op HK, elektrische oplaad punten uitbreiden op HK en depots.

Voor de rest vindt ik Maas een prima en fijne werkgever waar je door je regiomanager gehoord en waar mogelijk geholpen wordt.

Zorgen dat mensen op de vloer op de hoogte zijn van de mogelijkheden en afspraken zodat ze ook actief daarin kunnen helpen/ werk uitvoeren

Medewerkers - Miko Group (holding)

Al lang zeer goed bezig!

Sneller inspelen op de concurrentie en op concurrentiële producten.

Medewerkers - Miko Koffie België (productie)

Meer op tablets werken en minder op papier.

Medewerkers - Miko Koffie België (sales)

belangrijkst in deze oefening is Walk the Talk

Buitenlandse uitstappen naar de andere vestigingen van Miko Group. Om zo de kennis en ervaring te delen

herbruikbaar materiaal om koffie te nuttigen ipv wegwerpbekers (onze bekers komen toch in de vuilnisbak en worden niet gerecycleerd)

Loonsverhoging om prijsstijgingen op te vangen

meedoen aan Opendeur dagen bv . Interesse gegarandeerd

NIET METEEN

Ook investeren in bvb groene energie in de andere afdelingen anders komt het duurzaamheid verhaal wat in gedrang

optimale communicatie

Verbruik elektriciteit. Zonnepanelen? Kuurne mechelen ?

Woon-werkverkeer minimaliseren door extra inzet op telewerk. Woon-werkverkeer per fiets aanmoedigen door mogelijkheid fietslease, cafetariaplan.

Medewerkers - Miko Koffie Duitsland

Op dit moment niet

Medewerkers - Miko Koffie Nederland

(Extra) zonnepanelen (velden?)

Alle vragen zijn inherent aan elkaar als je gey 1 niet doet haalt het ander zijn doel dan?

Er met zun alle er voor gaan

Er word genoeg gedaan denk ik

Ga zo door
Geen Tip wel een enorme waardering voor het bedrijf
Minder onnodige ritjes voor kleine bestelling en nalevering logistiek beter plannen
Wanneer een keuze gemaakt zou worden om enkel nog 'verantwoorde' koffie te verkopen neem je positie in en neem je afstand van 'oneerlijke' handel
Wellicht een jaarlijkse bijeenkomst om enkele doelen smart te maken. Nu niet eens de directeuren, maar mensen die verantwoordelijk zijn voor VGM
Medewerkers - Miko Koffie Slowakije
I don't have at this time
Now it is important to do 100% well what Miko started and in the future there will definitely be more tips and new topics.
Medewerkers - Miko Koffie Tsjechië
No other ideas.
Unfortunately, I have no idea.
Yes
Medewerkers - Miko Koffie United Kingdom
.
Being less dependant on old fashioned products and providing a more diverse supply of products eg Vegan, alternative plastic free disposables
Better website visibility and social media presence
Every one of the statements made by the Miko group should strive for a Ten in every way. Achieving this is not always possible. In every branch throughout the UK we have a huge amount of waste that is not recycled. It is collected in a skip and goes off to Landfill. Wastage such as Card, plastics, metal, paper, and coffee husk. At the very basic core level in every site, we are failing. If we cant get this right then how do we expect the Company as a whole to get other things right.
I would whatever possible dedicate more attention to introducing to our amazing coffee world children with different abilities .
Not at the moment.
Perhaps using more electrical vehicles.
Regular education of staff more involvement within the European teams in Miko.
Switch to greener fuel sources, recycle more, rely more on zoom calls than in face meetings, engage with staff of all levels and take on board any criticisms they have for any aspect of the business and how they could be improved
The points above were already mentioned in the survey but it is concerning that their importance should be questioned in the first place. Also, 'Over the next 10 years' is such a broad timeframe that its essentially meaningless. We're already on track to cross the 1.5 degree warming limit by 2027 - if businesses like Miko don't see environmental impact as a priority right now and are questioning how important it is, then it clearly isn't important to them at all. My suggestion would be to hire an ESG Consultant.
Yes, more communication from senior management teams about what is going on and where money is being invested.
Medewerkers - Noorwegen
Not at this point
not now, maybe later
We have learned that the simple is often the best I think it is important for Miko to start with a low-threshold project,where locally in ALL departments each individual's responsibility - follow up - and reporting,is specified. An understanding must be created that means the FUTURE in an overall perspective.
Medewerkers - SAS
Communication!
Geen idee
Niet onmiddellijk
Voldoende bekwame mensen aannemen
Voorbeeld verpakkingsfolie prijs kwaliteit is belangrijk, maar het is niet altijd beter dat je het goedkoopste neemt.Want dan is het soms ten kosten van slechte productie.
Werknemers hun inspraak serieuzer nemen en ook echt ernaar luisteren
Medewerkers - TIN
evt
Medewerkers - Zweden
Always choose energy from renewable resource in all countrys
I wish I did, but sadly, no.
I
Nothing I think of at the moment

4.7 Onderzoeksbijlagen MAAS

4.7.1 Onderwerpen en definities

Thema	Onderwerp	Definitie (origineel)
Sociaal	1 Sociaal werkgeverschap	De mate waarin MAAS diversiteit en inclusiviteit bevordert onder de werknemers en werkgelegenheid creëert voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
	2 Veiligheid van de medewerker	De mate waarin MAAS-medewerkers veilig hun werk kunnen uitvoeren in opdracht van MAAS.
	3 Gezondheid van de medewerker	De mate waarin MAAS de gezondheid van de medewerkers waarborgt en bevordert.
	4 Gezondheid van de consument	De mate waarin MAAS de veiligheid en gezondheid waarborgt en bevordert van de eindgebruiker die de consumpties consumeert.
	5 Educatie en ontwikkeling	De mate waarin MAAS-medewerkers en de lokale betrokkenen in Ethiopië en Nepal de kans krijgen zich te ontwikkelen.
Milieu	6 Energie en emissies	De mate waarin MAAS met haar bedrijfsactiviteiten en de keten energie verbruikt en gassen (o.a. CO ₂) uitstoot.
	7 Circulariteit en afval	De mate waarin MAAS met haar bedrijfsactiviteiten en de keten duurzame materialen toepast en afvalstromen vermindert en recyclet.
	8 Biodiversiteit	De mate waarin MAAS zich inzet voor de biodiversiteit (herstel, behoud en bevordering van dierlijke en natuurlijke leefomgevingen) van de gebieden waar de koffie en thee van MAAS vandaan komen.
Economisch	9 Water	De mate waarin MAAS verantwoord omgaat met water bij de eigen bedrijfsactiviteiten en dat van de keten.
	10 Lokale financiële impact	De mate waarin MAAS een financiële impact maakt in Ethiopië en Nepal om de werkgelegenheid, ontwikkelingsmogelijkheden en levensstandaard te vergroten en verbeteren.
	11 Kwaliteit en innovatie	De mate waarin MAAS investeert om de kwaliteit en het innovatief vermogen van haar producten en diensten te waarborgen en bevorderen.
Bedrijfsintegriteit	12 Verantwoord inkopen	De mate waarin MAAS zich inzet om de belangrijkste leveranciers te toetsen aan milieu, sociale en ethische criteria en haar inkoopbeleid hierop aanpast.
	13 Bedrijfsethiek	De mate waarin MAAS voldoet aan sociale en milieuwetten, een zerotolerance-beleid waarborgt voor corruptie, mededinging, datalekken en privacy schendingen en ruimte en bescherming verschaft aan klokkenluiders.

4.7.2 Onderzoeksresultaten MAAS

Bij het onderzoek van MAAS zijn de scores opgehaald op de schaal van 1 tot en met 5. Deze zijn 2x vermenigvuldigd om te verwerken in de gebruikte scoreschaal van Miko.

#	Overzicht Stakeholders	Klanten	Leveranciers	Werknemers	Partners	Management
13	Bedrijfsethiek	4,1	3,8	3,8	4,3	3,6
8	Biodiversiteit	4,1	4,1	3,8	4,0	4,0
7	Circulariteit en afval	4,4	4,3	3,8	4,6	4,5
5	Educatie en ontwikkeling	3,7	3,8	3,7	4,1	2,3
6	Energie en emissies	4,2	4,2	3,6	4,4	3,9
4	Gezondheid van de consument	4,3	4,2	3,9	4,1	4,3
3	Gezondheid van de medewerker	4,3	4,2	4,3	3,9	4,2
11	Kwaliteit en innovatie	3,9	3,8	4,1	3,7	2,9
10	Lokale financiële impact	3,5	3,7	3,4	3,6	3,7
1	Sociaal werkgeverschap	3,9	3,9	3,6	3,9	3,1
2	Veiligheid van de medewerker	4,3	4,2	4,1	4,3	4,5
12	Verantwoord inkopen	4,1	3,8	4,0	4,1	3,6
9	Water	4,1	3,8	3,7	3,9	3,4

4.7.3 Verwerking MAAS-resultaten in Miko DMA

Verslagonderwerp MAAS	Score verwerkt in onderwerp Miko;
Bedrijfsethiek	Ethiek en integer bestuur
Biodiversiteit	Natuurbehoud en biodiversiteit
Circulariteit en afval	Duurzaam verpakken en circulariteit
Circulariteit en afval	Afval en vervuiling
Educatie en ontwikkeling	Talent- en medewerkersontwikkeling
Energie en emissies	Klimaatverandering
Energie en emissies	Energieverbruik
Gezondheid van de consument	Gezondheid van de consument
Lokale financiële impact	Eerlijke prijzen en lonen
Lokale financiële impact	Betrokkenheid lokale gemeenschappen
Sociaal werkgeverschap	Sociaal werkgeverschap
Veiligheid van de medewerker + Gezondheid van de medewerkers	Medewerkersveiligheid, -gezondheid en -welzijn
Verantwoord inkopen	Verantwoord inkopen
Verantwoord inkopen	Arbeidsomstandigheden in de keten
Verantwoord inkopen	Ketentransparantie en -verantwoordelijkheid
Water	Watergebruik