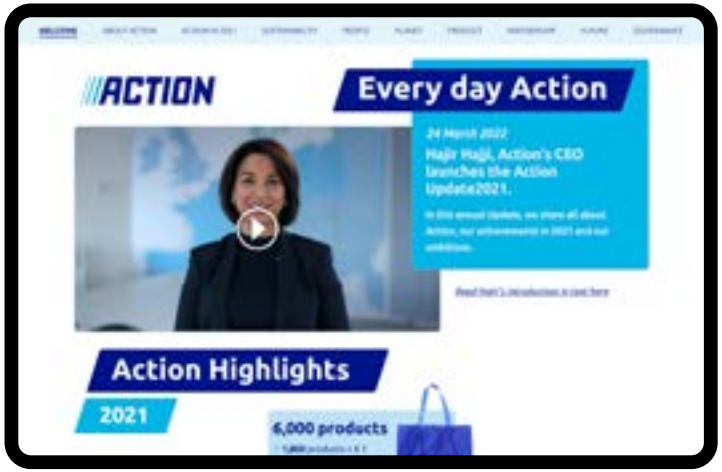
Every day Action

ACTION



SCHAU DIR DIE VOLLSTÄNDIGE UND UMFANGREICHERE VERSION UNSERES UPDATE2021 ONLINE AUF ENGLISCH AN, UM NOCH MEHR DETAILS ZU ERFAHREN.

Inhaltsverzeichnis

Herzlich Willkommen!	4
Über Action	6
Action 2021	9
Action übernimmt Verantwortung	14
Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz darauf, für Action zu arbeiten	15
Halbierung unseres CO_2-Fußabdrucks bis 2030	18
Transparenz in der Lieferkette als Grundlage für nachhaltige Beschaffung	21
Action als Teil und Partner der Gesellschaft	27
Action in der Zukunft	29
Unternehmensführung	31

Every day Action

Update2021

Hajir Hajji, CEO von Action, stellt das Action Update2021 vor. In diesem jährlichen Update berichten wir über Action, unsere Erfolge im Jahr 2021 und unsere Ambitionen.

In diesem jährlichen Update geben wir einen Überblick über das Jahr 2021 und unsere Ambitionen. Die Stärke unseres Teams hat erneut zum Erfolg von Action beigetragen. COVID-19 beeinträchtigte unsere Mitarbeiter:innen und Kund:innen durch seine direkten und indirekten Auswirkungen auf die Produktlieferkette und die Filialen und beherrschte erneut die Schlagzeilen. Dennoch war 2021 für uns ein Jahr mit einem bemerkenswerten Wachstum.

Wir waren für unsere Kund:innen weiterhin von zentraler Bedeutung. Erneut konnten wir feststellen, dass unsere Kunden und Kundinnen Action viel Liebe entgegen bringen. All dies dank des Engagements, der Ausdauer und des Vertrauens unserer Mitarbeiter:innen und Lieferanten. Jeden Tag zeigten sie Widerstandsfähigkeit und Flexibilität. Eine großartige Leistung!

Action ist ein erfolgreiches Unternehmen mit einer grundsoliden Formel, einer einzigartigen Kultur und vor allem engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern! 2021 eröffneten wir 267 neue Filialen und zwei neue Distributionszentren. Wir sind nun auch in Italien präsent und haben in der Tschechischen Republik stark expandiert. Damit haben wir mehr als 5.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Rückgrat unseres Unternehmens. Ihre Flexibilität im Jahr 2021 war entscheidend für unser Wachstum. Unser Ziel ist es, ein sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen und Möglichkeiten für die Entwicklung der Beschäftigten in unserem Unternehmen zu eröffnen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz darauf, bei Action zu arbeiten und teilen unser Bestreben, jede Woche Millionen von Kund:innen zu bedienen und unser Sustainability Programm und unsere digitale Strategie umzusetzen.

Nachhaltige Beschaffung und Produktion sind der Schlüssel, um unser zukünftiges und verantwortungsbewusstes Wachstum zu ermöglichen. Wir reagieren auf den Klimawandel und bemühen uns, die Emissionen in unserem eigenen Betrieb zu reduzieren.

2021 haben wir Kreislaufpläne für die Hälfte unserer Produktkategorien entwickelt, um Möglichkeiten zur Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks zu identifizieren. 2022 werden wir Pläne für die übrigen Produktkategorien ausarbeiten. Action hat die Größe und die Möglichkeit, unseren Kund:innen hochwertige, verantwortungsbewusste Produkte zum niedrigen Preis anzubieten. Wir können nachhaltige Produkte für alle zugänglich machen. Das Angebot digitaler Verbindungen zu unseren Kund:innen bietet zusätzliche Möglichkeiten, während wir weiter wachsen und uns weiterentwickeln. Wir halten unsere Kund:innen über unsere Produkte auf dem Laufenden und inspirieren sie dazu, unsere Filialen zu besuchen. Wir haben die Action App eingeführt, die unsere Kund:innen über unsere attraktiven Angebote und überraschenden Produktneuheiten informiert. In diesem Update2021 erfährst du alles über Action, unsere Erfolge und unsere Ambitionen. Unser tägliches Handeln in diesem digitalen Update macht deutlich, wer wir sind und wie wir es schaffen, Überraschungen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten.

Hajir Hajji
CEO

Action Highlights 2021

+267 neue Filialen

- Von **395** auf **401** Filialen
- Von **189** auf **201** Filialen
- Von **9** auf **10** Filialen
- Von **559** auf **653** Filialen
- Von **101** auf **175** Filialen
- Von **389** auf**435** Filialen
- Von **5** auf **21** Filialen
- Von **69** auf **80** Filialen
- Von **0** auf **7** Filialen

von 8 auf 9 Länder

11 DZs ↑ **2** neu

2 Verteilzentren ↑ **1** neu

Wir haben spezifische **Kreislaufwirtschaftspläne** für die Hälfte unserer Produktkategorien entwickelt

6.000 Produkte

- **1.500** Produkte < 1 €
- Durchschnittlicher Verkaufspreis 2 €
- **380** bekannte Marken
- **73** Eigenmarken

8 Auszeichnungen im Wettbewerb Händler des Jahres in 5 Ländern, verliehen von Kunden

12 Preise mit unseren Eigenmarken gewonnen

12 Millionen Kunden und 8 Millionen Website-Besuche wöchentlich

Mehr als **50 %** unserer Filialen verfügen über energieeffiziente **LED-Leuchten**

Einführung der Action App für Kunden in den Niederlanden

86 % der Baumwolle stammt aus nachhaltigeren Quellen

BCI BetterCotton.org

70 % des Holzes stammt aus nachhaltigeren Quellen

PEFC FSC

Indem wir nur die oberen Teile von Rollcontainern mit Stretchfolie umwickeln, sparen wir schätzungsweise **30 % Kunststoff ein**

121 Werksaudits bei neuen Lieferanten und **288** Erneuerungsaudits bei bestehenden Lieferanten. Jedes Jahr prüfen unabhängige Drittparteien die Fabriken, die für Action arbeiten

1.000 Filialen verfügen über digitale intelligente (Strom-)Zähler

Mehr als **1.500** Filialen wurden von der Gasversorgung genommen

In unserem Distributionszentrum in Zwaagdijk (Niederlande) decken Solarmodule **85 %** des Energiebedarfs der näheren Zukunft

Unsere neu eröffneten Distributionszentren erreichten die BREEAM-Zertifizierungsstufen **Sehr gut**(Bratislava) und **Ausgezeichnet**(Bieruń)

Unsere Doppeldecker-Anhänger transportieren **60 %** mehr Fracht als herkömmliche Auflieger

68.000 Mitarbeiter

Wir haben **5.786 neue Arbeitsplätze** geschaffen

2.178 interne Beförderungen

33.759 Personen geschult

Wir sind stolz auf unsere internationale Belegschaft mit **124 Nationalitäten**

96 % unserer Mitarbeiter haben an unserer Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage teilgenommen

Mitarbeiter
72 % weiblich
28 % männlich

Untersuchungen* zeigen, dass niederländische Verbraucher Action während des Covid-19-Lockdowns unter allen Einzelhandelsgeschäften am meisten vermisst haben

* von der Forschungsagentur Q&A

In Frankreich stufte eine globale Strategieberatungsorganisation Action als **„Lieblingsmarke der Franzosen" ein.***

* EY-Parthenon

1.737 Kinder werden durch unsere SOS-Kinderdörfer-Partnerschaft gefördert

Every day Action

Unsere Kund:innen jeden Tag überraschen

Wir arbeiten mit unseren Mitarbeiter:innen und Lieferanten zusammen, um unsere Kund:innen mit Waren des täglichen Bedarfs und anderen Produkten zu überraschen. Unser einfaches und effizientes Geschäftsmodell ermöglicht uns, Qualität und Nachhaltigkeit mit niedrigen Preisen zu verbinden.

Über Action

Action ist der am schnellsten wachsende Non-Food-Discounter in Europa und bietet 12 Millionen Kund:innen jede Woche eine sich ständig verändernde Auswahl an 6.000 Produkten in 2.000 Filialen. Jede Woche besuchen weitere 8 Millionen Kundinnen und Kunden Action.com. Die Formel von Action: Kleine Preise, große Freude. Ein rundum gutes Gefühl.

Unser Sortiment bietet Produkte für den täglichen Bedarf sowie Produkte aus einer Reihe von Kategorien, die für unsere Kund:innen und ihre Familien im Alltag wichtig sind. Wir möchten sicherstellen, dass sich unsere Kund:innen bei ihrem Besuch in unseren Filialen wohlfühlen.

Wir sind stolz darauf, Qualität zum günstigsten Preis anzubieten. Unsere niedrigen Preise bedeuten, dass wir eine breite Zielgruppe bedienen können. Menschen aus allen Gesellschaftsschichten besuchen unsere Filialen. Action-Filialen sprechen ein vielseitiges Spektrum an Kund:innen an - von Menschen mit kleinem Budget, bis hin zu denen, die einfach nach einem günstigen Angebot für Alltagsartikel suchen.

Action begann vor fast 30 Jahren mit einem kleinen Geschäft im niederländischen Enkhuizen – und ist seitdem auf einer fantastischen Reise. In ganz Europa wachsen wir weiter und eröffneten am 20. Januar 2022 unsere 2.000ste Filiale in Prag.

Warum unsere Preise so niedrig sind

Kleine Preise: in unserer DNA und in unserer Kultur

Aufgrund unseres fokussierten Sortiments von 14 verschiedenen Kategorien können wir unser Sortiment zu kleinen Preisen anbieten. So können wir große Mengen bei unseren Lieferanten und Partnern in Europa und Asien einkaufen. Effizienz ist Teil unserer DNA und unser Geschäftsmodell ist einfach und effizient zugleich.

Action stärkt und investiert kontinuierlich in sein Kund:innenversprechen und Betriebsmodell. In unserer Unternehmenskultur geht es darum, den Alltag zu verbessern, unnötige Kosten zu reduzieren und Effizienz mit Fokus auf Einfachheit und standardisierte Prozesse zu liefern.

Viele unserer Lieferanten arbeiten schon lange mit uns zusammen. Wir entwickeln gemeinsam und bieten Möglichkeiten für neue, spannende Produkte für unser wachsendes Publikum an Kundinnen und Kunden.

Große Freude: relevante Essentials

Action sorgt für große Freude, weil unsere Kund:innen den Einkauf bei Action wirklich genießen. Unsere Kund:innen schätzen es, dass Action ein ständig wechselndes Sortiment an Artikeln des täglichen Bedarfs, sowie überraschende Produktneuheiten anbietet, die auf die saisonalen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Das Überraschungsmoment und der Spaßfaktor – kombiniert mit guter Qualität zum niedrigsten Preis – geben den Kund:innen das Gefühl, dass sie Zugang zu dem haben, was sie für ihr Zuhause oder als Geschenk für Familie, Freunde oder sich selbst brauchen. Neben Actions Eigenmarken und Markenartikeln der Lieferanten bieten wir auch Produkte von 380 beliebten Verbrauchermarken an, darunter Philips, Panasonic, Coca-Cola, Pampers, Nivea, Dove und Rexona.

Wohlfühlen: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen den Unterschied

Unsere Beschäftigten sind das Rückgrat von Action. Wir sorgen dafür, dass sie sich bei Action wohlfühlen. Unsere Kolleginnen und Kollegen sagen, dass sie Spaß haben an: der Teamarbeit, der Kundenorientierung, der Zusammenarbeit mit ihren Managern und das stolze Gefühl, mit unserer Marke verbunden zu sein.

Wir bieten einer großen und wachsenden Zahl von Menschen in zehn europäischen Ländern Arbeit. Fast 68.000 Menschen aus 124 Nationen sind bei oder über Action beschäftigt. Wir bieten jedem die Möglichkeit, bei Action zu arbeiten, unabhängig von Ausbildung, Geschlecht, Fähigkeiten oder Hintergrund.

14 Kategorien

Markenversprechen – *Überraschend mehr für weniger*

- 6.000 Produkte in 14 Kategorien
- Überraschendes Sortiment
- Jeden Tag der niedrigste Preis
- Wöchentliche Angebote
- Einfaches Einkaufen
- Soziale Verantwortung

Verpflichtung zu einem kreislauforientiertem Action

Wir erhöhen die Qualität und Nachhaltigkeit unserer Produkte weiter, ohne Kompromisse bei niedrigen Preisen und einem überraschenden Sortiment einzugehen. Nachhaltige Beschaffung und Produktion sind der Schlüssel zu unserem zukünftigen und verantwortungsbewussten Wachstum. Action hat die Größe und die Möglichkeit, unseren Kund:innen einen guten, verantwortungsvollen Wert zum niedrigsten Preis zu bieten, was sich in einer steigenden Anzahl nachhaltiger Produkte in unseren Regalen zeigt. Im Rahmen unseres Engagements für mehr Nachhaltigkeit überprüfen wir unser gesamtes Sortiment, um notwendige Änderungen zu identifizieren, die die Kreislauffähigkeit unserer Produkte weiter verbessern.

Vergangener und zukünftiger Erfolg basiert auf einem einfachen, gesunden Geschäftsmodell

Unsere Kund:innen stehen im Mittelpunkt aller Aktivitäten von Action. Action hat ein einfaches Geschäftsmodell, das funktioniert – für unsere Kund:innen, Beschäftigten und Aktionär:innen. Wir sind stolz darauf, unseren Teil dazu beizutragen, vielen Menschen kostengünstige Qualität zugänglich zu machen und so einen Beitrag zu wachsender Nachhaltigkeit zu leisten. Als Non-Food-Discounter müssen wir an unserer Formel festhalten und dürfen niemals vergessen, die Kund:innen an die erste Stelle zu setzen – damit sie immer wiederkommen. Das machen sie auch sehr gerne.

Every day Action

18. Dezember 2021

Wir feierten die Eröffnung unserer 400. Filiale in den Niederlanden in Maastricht

2021 haben wir 267 Filialstandorte in neun europäischen Ländern hinzugefügt.

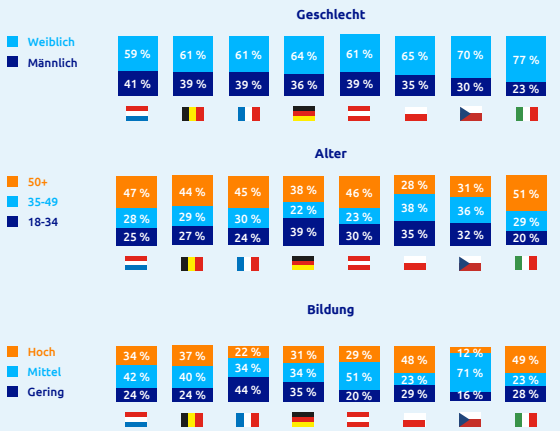
Action 2021

2021 haben wir aufgrund unseres überraschenden Produktsortiments und des Ausbaus unseres Filialnetzes mehr Kund:innen als je zuvor einen Mehrwert geboten. Die anhaltende COVID-19-Pandemie erforderte, dass wir agil bleiben und digitale Innovationen wie die Action-App und unseren Click & Collect-Service beschleunigen. Sie forderte auch enorme Ausdauer und Flexibilität von unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partner:innen.

Unsere Kund:innen

Alles, was wir tun, ist darauf ausgelegt, unseren Kundinnen und Kunden einen Mehrwert zu bieten. In jeder Woche, in der unsere Filialen geöffnet waren, konnten wir 12 Millionen Kund:innen begrüßen. Weitere 6,4 Millionen Kund:innen besuchten uns jede Woche auf unserer Website Action.com. Während der Lockdowns stieg diese Zahl auf fast 8 Millionen. Es gibt viele Gründe, bei Action einzukaufen – einige Kund:innen suchen nach Schnäppchen, andere lieben die Schatzsuche. Was sie alle gemeinsam haben, ist ihre Liebe zu unseren überraschenden Produkten und unglaublich günstigen Preisen.

Unser Kund:innenprofil



Online-Reichweite

	2021		2020
Website-Besuche pro Woche	6,4 Millionen	23 % ↑	5,2 Millionen
E-Mail-Newsletter-Anmeldungen	5 Millionen	0 %	5 Millionen
Facebook	2,5 Millionen	9 % ↑	2,3 Millionen
Instagram	2 Millionen	11 % ↑	1,8 Millionen
Instagram Beauty	54,000	23 % ↑	44.000
Pinterest	12.000	20 % ↑	10.000
LinkedIn	63.916	24 % ↑	51.603

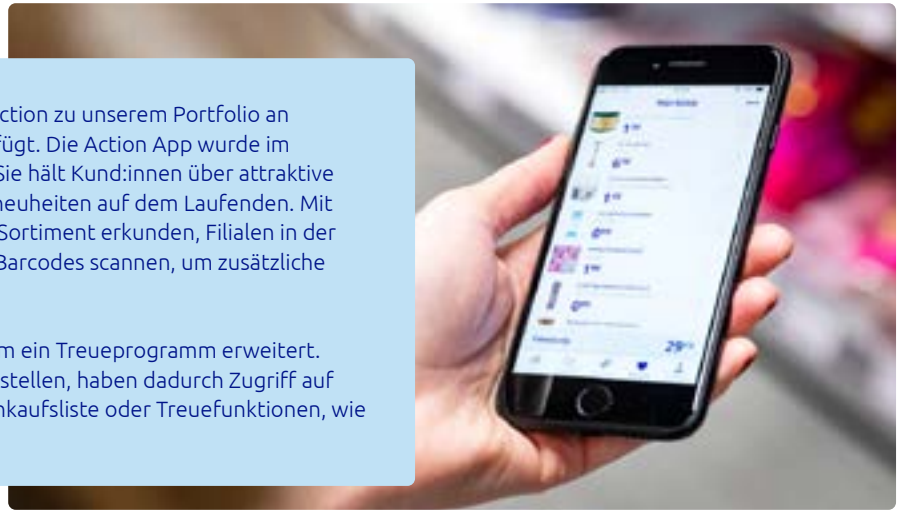
Unsere Newsletter-Abonnentenbasis kann nicht vollständig mit dem Vorjahr verglichen werden, da wir 2021 damit begonnen haben, inaktive Konten zu bereinigen.

Mehr vernetzt als je zuvor

Über unsere digitalen Kanäle (Website, Social Media, Newsletter) blieben wir das ganze Jahr über mit unseren Kund:innen in Kontakt. Wir haben inspirierende Inhalte geteilt, darunter Dekorationsideen, DIY-Tutorials und Produktempfehlungen. Natürlich haben wir unsere Kund:innen über diesen Weg auch über alle wichtigen Änderungen in Pandemiezeiten informiert und dabei unser Basissortiment sowie Themen wie Hygiene, Homeoffice, Handwerk, Backen, Home-Spa, Gesundheit und Sport hervorgehoben. Über unabhängige Social-Media-Fangruppen sind Hunderttausende Kund:innen miteinander verbunden, um inspirierende Ideen und Erfahrungen auszutauschen.

2021 wurden die Action App und My Action zu unserem Portfolio an digitalen Kund:innenportalen hinzugefügt. Die Action App wurde im April in den Niederlanden eingeführt. Sie hält Kund:innen über attraktive Aktionen und überraschende Produktneuheiten auf dem Laufenden. Mit der App können sie auch das gesamte Sortiment erkunden, Filialen in der Nähe und Öffnungszeiten finden und Barcodes scannen, um zusätzliche Produktinformationen zu erhalten.

Im September wurde die Action App um ein Treueprogramm erweitert. Kund:innen, die ein My-Action-Profil erstellen, haben dadurch Zugriff auf zusätzliche App-Funktionen wie der Einkaufsliste oder Treuefunktionen, wie zum Beispiel digitale Kaufbelege.



Haushaltswaren und Geschenke

Händler des Jahres

Dekoration

Haushaltswaren und Geschenke

Warenhaus

Warenhaus

Haushaltswaren

Non-Food-Discounter

Dekoration und Geschenke

Wir sind sehr stolz darauf, dass unsere Kund:innen uns auch 2021 wie in den Vorjahren mit Bestnoten beim Wettbewerb "Händler des Jahres" ausgezeichnet haben.

Kommunikation über Qualität und Nachhaltigkeit

Wir haben unsere Kommunikation im Jahr 2021 ausgebaut, um unsere Kund:innen besser über unsere Produktqualität und Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren. Hier nutzen wir alle uns zur Verfügung stehenden Wege: Email-Newsletter, Handzettel, Social Media, Instore-Kanäle, Radio, interne Kommunikation, PR und unsere Website. In all unseren Kommunikationskanälen wird unser wachsendes Angebot an nachhaltigen Produkten weiterhin durch unsere grünen Daumen hervorgehoben.

Unsere Produkte

Bei unseren Eigenmarken achten wir stets auf neue Möglichkeiten der Produktentwicklung. Wir halten unser Sortiment auf dem neuesten Stand, überraschen aber auch durch neue Designs.

Wir haben unsere Eigenmarken um nachhaltigere Produktoptionen erweitert. Beispiele:

Mit den Produkten unserer Eigenmarken haben wir zudem 12 Preise gewonnen.

- **Ziki Bamboo Boxers** wurde in der Kategorie Herrenpflege mit dem „Salute to Excellence Award" der Private Label Manufacturers Association ausgezeichnet.
- **Zenova Sunmilk Sensitive SPF50** wurde von der niederländischen Verbraucherorganisation Consumentenbond mit dem Best Buy Award ausgezeichnet – eine Auszeichnung für preisgünstige Produkte, die strenge Qualitätstandards erfüllen.
- **Alvira Micellar Cleansing Water** gewann beim Belgian Beauty Award 2021 die Editors' Choice.
- **Walfort Bike Repair Set, Max&More automatischer Kajalstift** und **Caffe Palazzo Lungo Kaffeekapseln** erhielten in Belgien die Auszeichnung Produkt des Jahres.
- **Superfinn Entfetter, Palazzo Kaffeekapseln Lungo, Comfibeds hypoallergene Kissen, Pure Soft Taschentücher, Spargo Power-Schwämme** und **Spectrum 2in1 Alkydholzfarbe** wurden in den Niederlanden als Produkt des Jahres ausgezeichnet.

Ziki Bambus-Boxershorts und Jack Parker Bambus-T-Shirts sind atmungsaktiv und weich und werden aus Better Cotton hergestellt.

Big Jeff Kokosbriketts bieten Vorteile wie mehr Hitze, weniger Rauch, längeres und gleichmäßigeres Brennen und bestehen aus Kokosnussschalen, einem Abfallprodukt.

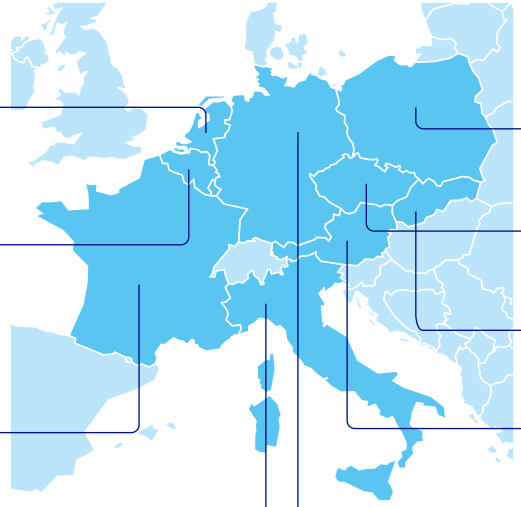
Caffe Palazzo Kaffeebohnen aus einer einzigen Quelle aus Brasilien und Honduras sind Rainforest Alliance-zertifiziert und klimaneutral, indem sie den CO_2-Fußabdruck der gesamten Wertschöpfungskette ausgleichen.

Die Christmas Moments-Schokolade wird mit Fairtrade-zertifiziertem Kakao hergestellt.

Kontinuierliches Wachstum

Trotz der COVID-19-Pandemie haben wir mit niedrigen Preisen und überraschenden Produkten weiterhin einen Mehrwert für unsere Kund:innen, unsere Mitarbeiter:innen und die Wirtschaft geboten. Im Laufe des Jahres haben wir weitere 267 Filialen eröffnet, so dass wir am Jahresende über insgesamt 1.983 Filialen in neun Ländern verfügten. Frankreich ist mit 653 Filialen am Jahresende weiterhin der führende Markt für Action. 2021 eröffneten wir unsere ersten sieben Filialen in Italien und feierten weitere wichtige Meilensteine: unsere erste Filiale in Prag (Tschechien), 10 Filialen in Luxemburg, 80 Filialen in allen Regionen Österreichs, 200 Filialen in Belgien, 400 Filialen in Deutschland und 400 Filialen in den Niederlanden.

Um unser Filialwachstum zu unterstützen, haben wir unser Vertriebsnetz erweitert. 2021 haben wir unser zehntes Distributionszentrum in Bratislava (Slowakei) eröffnet. Unser neues Distributionszentrum in Bieruń (Polen) nahm im November seinen Betrieb auf. Außerdem haben wir in Tilburg (Niederlande) ein neues Crossdock eröffnet, um unsere Distributionszentren effizienter zu versorgen.



NLD
Am Markt seit 1993
401 Filialen (+8)
19.522 Beschäftigte
2 Distributionszentren

BEL
LUX
Am Markt seit 2005
211 Filialen (+13)
3.270 Beschäftigte

FRA
Am Markt seit 2012
653 Filialen (+94)
15.286 Beschäftigte
4 Distributionszentren
1 Verteilerzentrum

ITA
Am Markt seit 2021
7 Filialen (+7)
164 Beschäftigte

POL
Am Markt seit 2017
175 Filialen (+74)
2.636 Beschäftigte
2 Distributionszentren
1 Verteilerzentrum

CZE
Am Markt seit 2020
21 Filialen (+16)
451 Beschäftigte

SVK
Am Markt seit 2021
7 Beschäftigte
1 Distributionszentrum

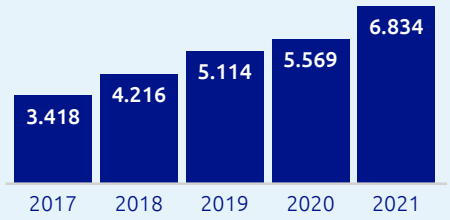
AUT
Am Markt seit 2015
80 Filialen (+11)
1.656 Beschäftigte

DEU
Am Markt seit 2009
435 Filialen (+46)
8.835 Beschäftigte
2 Distributionszentren

Starke Finanzergebnisse

Der Nettoumsatz für das Geschäftsjahr zum 2. Januar 2022 belief sich auf 6.834 Mio. EUR, verglichen mit 5.569 Mio. EUR im Jahr 2020 (auf 52-Wochen-Basis). Trotz großer Beeinträchtigungen aufgrund von COVID-19-bedingten Einschränkungen konnte Action seinen Umsatz um 23 % steigern. Das Umsatzwachstum (LFL) lag bei 11 %, wobei insbesondere Frankreich, Belgien und Polen starke Umsätze verzeichneten. Das operative EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Wertberichtigungen – und auf Basis vor IFRS 16) stieg von 609 Mio EUR (auf 52-Wochen-Basis) im Jahr 2020 auf 828 Mio EUR im Jahr 2021. Im Jahr 2021 beliefen sich unsere Gesamtinvestitionen auf 183 Mio. EUR, ein Anstieg gegenüber 173 Mio. EUR im Jahr 2020.

Nettoumsatz – in Mio. EUR



Operatives EBITDA[1] – in Mio. EUR

[1] Ohne Berichtigungsposten und Auswirkungen von IFRS16

Every day Action

22. Dezember 2021

Wir haben die Überprüfung der Kreislauffähigkeit für die Hälfte unserer Kategorien abgeschlossen und damit eine klare Orientierung für unser Rohstoffmanagement geschaffen

In einer Kreislaufwirtschaft werden Ressourcen nicht linear sondern regenerativ genutzt. Im Jahr 2020 haben wir eine Zusammenarbeit mit der Wirkungsorganisation „Circle Economy“ begonnen, um unternehmensweite Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wo wir in Sachen Kreislaufwirtschaft stehen.

Action Sustainability Programm (ASP)

Unser Wachstum bringt eine Veränderung mit sich, der wir uns bewusst sind und die wir ernst nehmen. Wir glauben, dass es möglich ist, unser überraschendes Sortiment weiterhin zum niedrigsten Preis anzubieten und gleichzeitig die Qualität und Nachhaltigkeit unserer Produkte zu verbessern. Wir sorgen dafür, dass die Action-Kund:innen sich bei ihrem Besuch in unseren Filialen wohl fühlen. Kleine Preise. Große Freude. Ein rundum gutes Gefühl.

Wir wollen nachhaltige Produkte jedem zugänglich machen. Das geschieht nicht über Nacht –aber wir sind entschlossen, unseren Weg zu gehen und unsere Ziele zu erreichen.

Wir haben in den letzten Jahren Fortschritte gemacht. Da wir kostenbewusst sind, sind wir von Natur aus sehr darauf bedacht, Ressourcen zu sparen und Abfall zu vermeiden. Selbst kleine Anpassungen verstärken aufgrund unserer Größe die Auswirkungen unseres Handelns, sodass wir letztendlich einen großen Unterschied machen.

Unsere Nachhaltigkeitsagenda ist inspiriert von der Agenda 2030 der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung und den damit verbundenen Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs). Wir orientieren uns auch an dem Europäischen Grünen Deal.

Bei Action funktioniert Nachhaltigkeit auf vier verschiedenen, aber miteinander verbundenen Ebenen:

Every day Action

1. Oktober 2021

16 Mitarbeiter-:innen feierten das 5-jährige Jubiläum der Filiale in Kittsee (Österreich)

Die Mitarbeiter:innen der Zentrale haben einen "Action Walk of Fame" geschaffen, indem sie die Namen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Kreide auf den Gehweg schrieben, um sie zur Feier willkommen zu heißen.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz darauf, für Action zu arbeiten

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg von Action - jetzt und in Zukunft. Ihr Engagement und ihre Energie ermöglichen uns, unsere Ambitionen zu verwirklichen. Wir möchten, dass alle, die für Action arbeiten, stolze und engagierte Action-Botschafter sind. Unser Arbeitsumfeld sollte vielfältig, inklusiv und engagiert sein und reichlich Wachstumschancen bieten. Ihr Wohlbefinden ist für uns von größter Bedeutung.

People-Highlights

- Beschäftigung für fast 68.000 Menschen unter sicheren Arbeitsbedingungen
- Über 33.500 Personen geschult und dabei kreative Lösungen genutzt
- Über 96 % der Mitarbeiter:innen nahmen an der Voice-of-Action-Mitarbeiterbefragung teil
- Einführung von Tools zur Talentidentifikation für das Talentmanagement

Menschen bei Action

Mit fast 52.000 Beschäftigten Ende 2021 spielt Action eine wichtige Rolle in der Gesellschaft. Darüber hinaus arbeiten fast 16.000 Personen auf einer anderen Grundlage als einem Arbeitsvertrag für Action.

2021 haben unsere Mitarbeiterzahlen weiter zugenommen. Insgesamt haben wir über 38.000 neue Beschäftigte eingestellt. Wie für den Einzelhandel typisch, ist ein großer Teil dieser Beschäftigten nur für einen kurzen Zeitraum und eine begrenzte Anzahl von Stunden pro Woche bei Action beschäftigt. In der Regel als erster Job neben der Schule, um Berufserfahrung und nützliche Fähigkeiten für ihre weitere berufliche Laufbahn zu sammeln, um den Job mit dem Studium zu verbinden oder um für ihre Familie zu sorgen. Für den Handel führt dies automatisch zu einer relativ hohen Mitarbeiterfluktuationsrate.

In den meisten Ländern, in denen wir tätig sind, stellt der Arbeitsmarkt eine Herausforderung dar. Dennoch stellen wir weiterhin erfolgreich die richtige Anzahl talentierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. 2021 haben wir unsere erste internationale Arbeitgebermarkenkampagne entwickelt: „Arbeite bei Action. Lass dich überraschen."

Potenzielle Beschäftigte dabei zu unterstützen, zu verstehen, worum es bei Action geht, ist besonders wichtig in Ländern, in denen wir als Verbraucher- und Arbeitgebermarke relativ neu und unbekannt sind.
Die Digitalisierung ist der Schlüssel für unsere Rekrutierungsprozesse. Unsere Recruitment-Website action.jobs hilft uns, freie Stellen mit einem breiten Publikum zu teilen. 2021 besuchten mehr als 1,3 Millionen Menschen unsere Recruitment-Website, 20 % mehr als 2020.

Engagement, Inklusion und Vielfalt

Die COVID-19-Pandemie erforderte von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine erhebliche Flexibilität. Sowohl während der (Teil-)Lockdowns als auch während der Öffnungszeiten der Filialen haben sie hart daran gearbeitet, eine sichere Arbeits- und Einkaufsumgebung zu schaffen. Aus diesem Grund erhielten alle Beschäftigten in unseren Filialen, Distributionszentren und Büros einen zusätzlichen finanziellen Bonus, um sie für ihr außergewöhnliches Engagement im Jahr 2021 zu belohnen.

Um in Kontakt zu bleiben, während einige unserer Filialen und Distributionszentren geschlossen waren und fast alle Büromitarbeiter von zu Hause aus arbeiteten, nutzten wir verschiedene (digitale) Kommunikationskanäle, um unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sicher, informiert, motiviert und engagiert zu halten.

Unsere Werte leben

Die Action-Formel ist stark, aber unser Erfolg als Unternehmen hängt vollständig von der Begeisterung und dem Engagement unserer Beschäftigten ab. Unabhängig von unseren unterschiedlichen Werdegängen und Positionen im Unternehmen, teilen wir alle die Action Werte. Diese bilden die Basis für den Umgang miteinander, mit unseren Kund:innen und Geschäftspartner:innen.

Kundenorientierung

Teamwork

Einfachheit

Disziplin

Kostenbewusstsein

Respekt

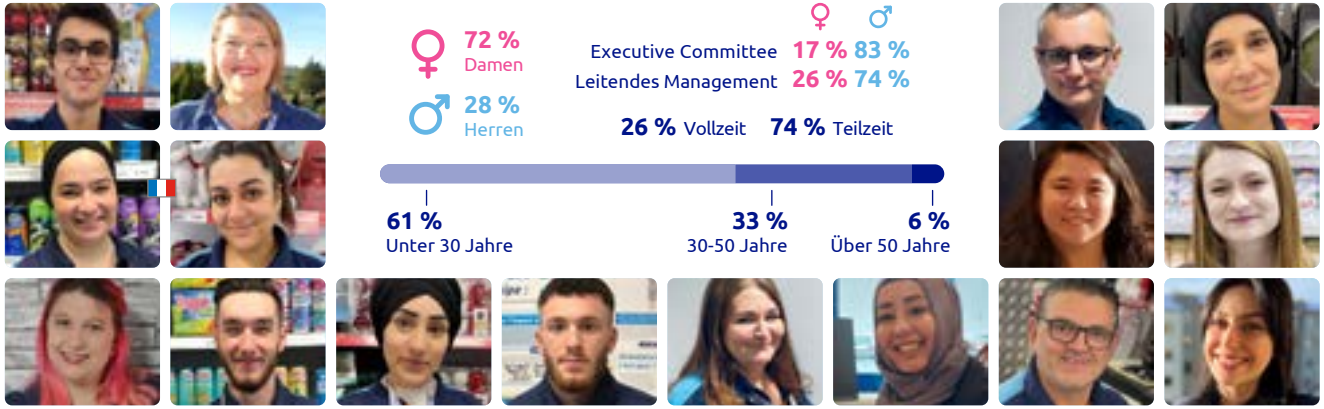
Die Voice of Action
2021 haben wir das Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anhand der Voice of Action gemessen. Über 96 % unserer Beschäftigten haben an einer Online-Umfrage teilgenommen. Die Voice of Action 2021 zeigt, dass das Engagement und die Kundenorientierung unserer Mitarbeiter:innen hoch sind und über dem Branchenstandard liegen. Die Ergebnisse zeigen ein ähnliches Muster in allen Ländern, mit noch höheren Werten in Österreich, Deutschland und Polen. Unter Verwendung eines Bottom-up-Ansatzes erstellten alle Teams Aktionspläne für mindestens einen Bereich, der verbessert werden sollte, und einen Bereich, der erhalten werden sollte.

Förderung der Vielfalt
Wir bieten ein einladendes Arbeitsumfeld, in dem die Menschen unabhängig von ihrer Herkunft, Orientierung, ihrem Geschlecht, Alter oder ihrer Religion sie selbst sein können. Bei Action geben wir Menschen die Chance, ins Berufsleben einzusteigen, sich zu verändern, sich wieder in das Arbeitsleben zu integrieren und für sich und ihre Familien zu sorgen. Action bietet für jede und jeden einen Job mit flexiblen, Vollzeit- oder Teilzeit-Arbeitsmöglichkeiten.

Unsere Belegschaft spiegelt die Vielfalt unseres Kund:innenstamms wider. Wir sind besonders stolz darauf, dass es in unseren Filialen, Distributionszentren und Büros 124 Nationalitäten gibt. Jedes Jahr kommen mehr Menschen aus der ganzen Welt in unser florierendes Unternehmen.

Anerkennung und persönliches Wachstum

Um das Engagement und die Entwicklung zu fördern, möchten wir, dass sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihre Arbeit anerkannt fühlen. Dies geschieht in vielen Formen, wie z. B. Schulungen, Leistungsbeurteilungen, interne Beförderungen, faire Entlohnung und Leistungen sowie Feedback.



Über die Action Academy bieten wir unseren Beschäftigten die Möglichkeit, an Schulungen in verschiedenen Bereichen und zu unterschiedlichen Zwecken teilzunehmen, von Arbeitssicherheit und -systemen bis hin zu Führungsschulungen.

Büroangestellte und Filialleiter:innen können ihre persönlichen, fachlichen und Führungskompetenzen über eine Online-Lernplattform mit Pop-up-Schulungen weiterentwickeln. Dieses Programm war so erfolgreich, dass es 2022 Teil der Action Academy wird.

Interne Beförderungen sind ein Treiber für Engagement, Bindung und Recruitment. Sie sind auch der Schlüssel, um unsere Action-DNA zu bewahren, während wir wachsen. Unsere schnelle Expansion ermöglicht uns, viele Möglichkeiten für interne Beförderungen zu bieten. 2021 gab es 2.178 interne Beförderungen.

Investition in zukünftige Talente
Wir halten es für wichtig, auch in zukünftige Generationen von Talenten im Einzelhandel zu investieren. Daher bieten wir Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, über Praktika etwas über Action zu erfahren. Wir bieten Bildungsprogramme in der Berufsschule an und pflegen starke Partnerschaften, um die beste Grundlage für die zukünftige Karriereentwicklung zu schaffen.

Für das Wohlbefinden sorgen

Arbeitssicherheit
Da unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für unseren Erfolg von entscheidender Bedeutung sind, haben das Gesundheits- und Sicherheitsmanagement und das Wohlbefinden der Beschäftigten bei Action oberste Priorität. Dies war auch 2021 besonders wichtig, da COVID-19 eine maßgeschneiderte Reaktion erforderte, um weiterhin ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld für alle unsere Mitarbeiter:innen zu gewährleisten.

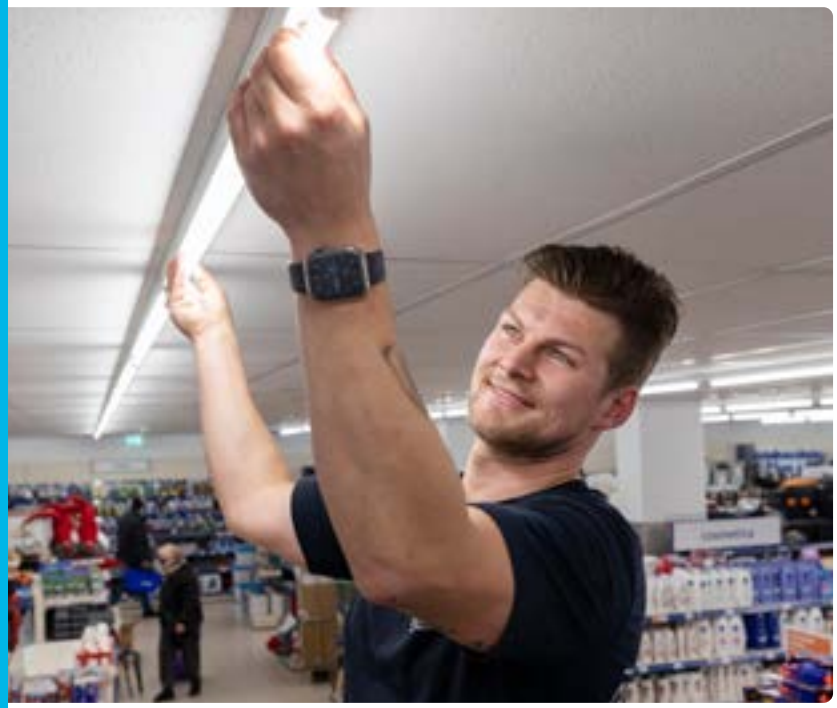
2021 haben wir einen koordinierteren internationalen Ansatz für die Arbeitssicherheit eingeführt. Es wurde eine neue Strategie für die Gesundheit und Sicherheit entwickelt. Sie umfasst Leistungskennzahlen, die monatlich überprüft werden und in unsere Entscheidungsfindung, Budgetplanung, Arbeitsabläufe und Kommunikation eingebettet sind.

Every day Action

21. September 2021

Start der LED-Kampagne in unseren Filialen

Im Rahmen unserer Bemühungen, den Energieverbrauch in unseren Filialen zu senken, haben wir begonnen, alle bestehenden Leuchtstofflampen durch LED-Leuchten zu ersetzen, die 50 % weniger Strom verbrauchen. Mit durchschnittlich 250 Leuchten pro Filiale summieren sich die Energie- und Kosteneinsparungen. Bis Ende 2021 hatten über 1.100 unserer Filialen nur noch LED-Leuchten. Die Leuchten aller übrigen Filialen werden 2022 ausgetauscht.



Halbierung unseres CO_2-Fußabdrucks bis 2030

Als wachsender Einzelhändler mit Aktivitäten, die (den Transport zu) Filialen, Distributionszentren und Büros beinhalten, sind wir uns bewusst, dass wir nicht nur natürliche Ressourcen verbrauchen, sondern auch Abfälle und Emissionen produzieren, die sich auf Umwelt, Menschen und zukünftige Generationen auswirken. Daher setzen wir uns dafür ein, die Emissionen aus unserem eigenen Betrieb bis 2030 um 50 % zu reduzieren (Scope 1 und 2 im Vergleich zum Ausgangswert 2020).

Planet-Highlights

- Mehr als 50 % unserer Filialen verfügen über energieeffiziente LED-Leuchten
- Unsere neu eröffneten Distributionszentren erreichten die BREEAM-Zertifizierungsstufen „Sehr gut“ (Bratislava) und „“Ausgezeichnet“ (Bieruń)
- In unserem größten Distributionszentrum (Zwaagdijk) installierten wir Solarmodule, die 85 % des Energiebedarfs decken werden
- Detaillierte Ausgangswerte unserer Scope 1 und 2 CO_2-Emissionen

Scope 1 Direkte Emissionen	**2020**	**2021**
Erdgas	5,590	7,483
Transport – eigene Fahrzeuge	13,934	10,978
Scope 1 gesamt	**19,524**	**18,461**
Scope 2 Direkte Emissionen		
Strom (marktbasiert)	23,272	27,854
Scope 2 gesamt (marktbasiert)	**23,272**	**27,854**
Scope 1 und 2 gesamt (marktbasiert)	**42,796**	**46,315**

Reduzierung von Energie und Emissionen

Durch den Energieverbrauch in unseren Filialen, Distributionszentren und die Ausgangslogistik (wie der Transport von Produkten von Distributionszentren zu Filialen) entstehen Treibhausgase. Diese direkten Emissionen (Scope 1) und indirekten Emissionen aus zugekauftem Strom (Scope 2) stehen im Mittelpunkt unserer Energie- und Emissionsreduktionsstrategie.

Energie für Action 2021

	Strom kWh	Gas m³
Filialen	125.338.382	1.560.068
Distributionszentren	20.868.861	2.559.183
Gesamt	**146.207.243**	**4.119.251**
Pro m² Filiale 2021	67,55	0,89
Pro m² Filiale 2020[1]	57,69	0,82

[1]Die Jahre 2020 und 2021 sind aufgrund der vielen von Land zu Land unterschiedlichen Lockdowns schwer vergleichbar.

Unser Ziel ist es, unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren (gegenüber dem Ausgangswert 2020).

Maßnahmen zur Reduzierung von Energie und Emissionen müssen datengetrieben sein. 2020 haben wir uns für ein neues Energiemanagementsystem entschieden. Die Einführung in den Niederlanden 2021 bestätigte, dass dieses Energiemanagementsystem unseren Anforderungen in Bezug auf Support, Funktionalität und Skalierbarkeit entspricht. So konnten wir unseren Emissionsausgangswert für 2021 festlegen und die Fortschritte überwachen.

Filialen

Da unsere Filialen wesentlich zu unserem Gesamtenergieverbrauch beitragen, haben wir unsere Anstrengungen zur Emissionsreduzierung in unseren Filialen beschleunigt, um Folgendes zu erreichen:

- Senkung des Energieverbrauchs um 15 % pro m² bis 2024 (gegenüber 2020);
- Gasanschlüsse bis Ende 2024 aus allen Filialen entfernen;
- Einsatz erneuerbarer Energien in allen Filialen bis Ende 2022

Um den Energieverbrauch in unseren Filialen zu senken, haben wir ein digitales Strommanagementsystem implementiert. Bis Ende 2021 verfügten 50 % unserer Filialen über digitale Zähler, die mit einem Energiemanagementportal verbunden sind. Dies ermöglicht uns, die Leistung unserer Filialen zu vergleichen und unregelmäßige Verbrauchsmuster zu erkennen. Im Laufe des Jahres 2022 werden alle unsere Filialen mit dem Portal verbunden sein.

Bis Ende 2024 werden alle unsere Filialen kein Erdgas mehr verwenden. Gasanschlüsse werden ersetzt, um eine vollständige Umstellung auf Strom zu ermöglichen. Bis Ende 2021 waren bereits 1.593 unserer Filialen gasfrei. 2022 werden wir weitere 115 Filialen auf Strom umstellen.

Distributionszentren

Die wichtigsten Schritte für unsere Distributionszentren zur Halbierung unseres CO_2-Fußabdrucks bis 2030 sind:

- Reduzierung des Energieverbrauchs;
- Verdoppelung unserer eigenen Stromerzeugungskapazität bis 2024 (gegenüber 2020) durch Installation von Solarmodulen;
- Nutzung von erneuerbaren Energien in allen Distributionszentren bis Ende 2022.

Wir betreiben unsere Distributionszentren energieeffizient: In und um die Distributionszentren nutzen wir elektrische Transportmittel, um die CO_2-Emissionen zu begrenzen und den Lärm- und Abgaspegel vor Ort zu reduzieren. Um weiteres Energieeinsparpotenzial zu identifizieren, führen wir regelmäßig Energieaudits durch und aktualisieren die technischen Spezifikationen, um die Ergebnisse dieser Audits zu berücksichtigen.

Wir bauen unsere Distributionszentren nach den neuesten technologischen Bauanforderungen für einen ökologischen und umweltfreundlichen Betrieb und orientieren uns dabei an den BREEAM-Standards, einem internationalen Bewertungssystem für nachhaltige Gebäude (oder vergleichbaren Zertifizierungsstandards). Die 2021 fertiggestellten Distributionszentren haben die BREEAM-Bewertung „Sehr gut“ (Bratislava, Slowakei) und „Ausgezeichnet“ (Bieruń, Polen). Für zukünftige Distributionszentren wird die BREEAM-Zertifizierung „Ausgezeichnet“ unser Standard werden.

Ausgangslogistik

Die Transporte tragen wesentlich zu den weltweiten Treibhausgasemissionen bei. Der Sektor verändert sich, teilweise aufgrund des Drucks von Gesetzesinitiativen, wie der Einführung emissionsfreier Zonen. Für unsere Ausgangslogistik (den Transport der Produkte von den Distributionszentren zu den Filialen) wird die Nutzung von Diesel nach und nach eingestellt. Elektrotransporte sehen wir als langfristige Lösung für den Nah- und Fernverkehr.

Wir arbeiten kontinuierlich darauf hin, die durchschnittliche Kilometerleistung zu reduzieren. Im Jahr 2021 betrug die durchschnittliche Entfernung zwischen einer Filiale und einem Distributionszentrum 189 km, und somit 4,5 % weniger als 2020.

Transport für Action	2020	2021
Kilometer von der Distribution bis zu den Filialen	63.325.689	74.142.869
Kraftstoffverbrauch – in Liter	18.344.729	20.970.588
CO_2-Emissionen Scope 1 – in kg	13.933.557	10.977.790
CO_2-Emissionen Scope 3 – in kg	44.136.893	57.006.604
CO_2-Emissionen pro Kollo Scope 1 – in kg	0,12	0,11
CO_2-Emissionen pro Kollo Scope 3 – in kg	0,29	0,27

Management unserer Abfallströme

Unsere Hauptabfallströme sind Pappe und Kunststoff, die für den Produktschutz während des Transports verwendet werden. Außerdem verarbeiten wir beschädigte und zurückgesandte Produkte, in erster Linie um zu vermeiden, dass diese Produkte zu Abfall werden. Pappe und Kunststoff werden in den Filialen und Distributionszentren gesammelt und recycelt. In unseren Distributionszentren komprimieren wir das Volumen von Karton und Kunststoff, bevor es an Recyclinganlagen weitergeleitet wird. Durch die Reduzierung des Volumens können wir diese Materialien effizienter transportieren und die CO_2-Emissionen weiter senken.

***Recycling** in Tonnen*

	2019	*2020*	*2021*
Pappe	61.412	77.091	71.424
Kunststoff	1.446	815	1.811
Metallschrott			666

Every day Action

16. April 2021

Bewertung der Kreislauffähigkeit für die 50 meistverkauften Produkte in der Kategorie Garten und Outdoor abgeschlossen

„Die Materialien, aus denen wir unsere Produkte und Verpackungen herstellen, werden immer knapper und teurer. Wir müssen sicherstellen, dass wir die Rohstoffe, die uns zur Verfügung stehen, auf verantwortungsvolle Weise verwenden. Die Wiederverwertung von Materialien bietet viele Möglichkeiten.“ Ceriel Franken, Einkäufer Garten und Outdoor

Transparenz in der Lieferkette als Grundlage für nachhaltige Beschaffung

Action möchte Produkte anbieten, die verantwortungsvoll beschafft werden und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Um unseren ökologischen und sozialen Ambitionen gerecht zu werden, haben wir eine Roadmap und eine Reihe von Nachhaltigkeitsrichtlinien entwickelt. Mit einem breiten Sortiment, komplexen Lieferketten und mehreren Beschaffungsmodellen ist es für uns notwendig, einen besseren Einblick in unsere Fertigungsbasis zu erhalten. Ein höheres Maß an Transparenz in der Lieferkette gibt uns ein besseres Verständnis für wichtige soziale Bedingungen wie Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit.

Produkt-Highlights

- **80%** der Lieferanten unserer Eigenmarken wurden einbezogen und dabei **452** Fabriken erfasst, die Transparenz in der Lieferkette schaffen
- Die Überprüfungen der ersten sieben Kategorien auf ihre Kreislauffähigkeit wurden in Partnerschaft mit Circle Economy abgeschlossen
- **>86 %** unserer Baumwolle stammt aus nachhaltigeren Quellen, wodurch wir bereits 2021 unser Ziel für 2022 übertrafen
- **>70 %** unseres Holzes stammten aus nachhaltigeren Quellen, wodurch wir bereits 2021 unser Ziel für 2022 erfüllten

Unsere internationale Lieferkette

Das Lieferantennetzwerk von Action besteht aus 624 Lieferanten, von denen 132 uns direkt beliefern. Diese 132 Lieferanten beziehen ihre Waren aus 485 Fabriken. Unser Einkäufer:innenteam spielt eine Schlüsselrolle dabei, ein breites, überraschendes Produktsortiment anbieten zu können. Die wachsende Anzahl an Lieferanten und Produkten führt zu einer höheren Nachfrage nach Qualitätsstandards, Verfahren und Prüfanforderungen. Deshalb verfügen wir über ein Qualitäts- und Nachhaltigkeitsteam, dessen Größe 2021 verdoppelt wurde.

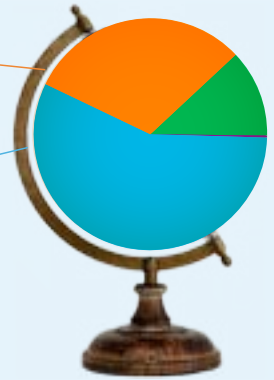
Bei Direktimporten kommen fast alle unsere Produkte aus China. Für diese Importe arbeiten wir mit dem international renommierten Beschaffungsunternehmen Li & Fung zusammen. Das Unternehmen hilft uns dabei, spannende Produktneuheiten zu finden, was manchmal auch bedeutet, neue Lieferanten ausfindig zu machen. Das Unternehmen stellt auch sicher, dass die Produktionsstätten unsere Anforderungen und Richtlinien erfüllen, unter anderem durch die Einführung in unsere Ethical Sourcing Policy und die Implementierung eines Sozialen Compliance-Programms. Wenn eine Produktionsstätte unsere Richtlinien nicht einhält, lehnen wir eine Zusammenarbeit mit diesem Lieferanten ab.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

- Ethical Sourcing Policy
- Verantwortungsvolle Beschaffungsrichtlinie für Holzprodukte
- Verantwortungsvolle Beschaffungsrichtlinie für Baumwolle
- Verantwortungsvolle Kakaorichtlinie (neu)
- Verantwortungsvolle Chemikalienrichtlinie
- Verantwortungsvolle Verpackungsrichtlinie

Herstellungsland

nach Umsatzanteil



Unsere Kreisläufe erkennen und darstellen

Wir haben die Kreislaufwirtschaftsphilosophie aus zwei Gründen übernommen: aus der Erkenntnis, dass sich die Industrie nicht weiterhin auf endliche nicht erneuerbare Ressourcen verlassen kann, und für eine klare Ausrichtung unseres Rohstoffmanagements. In einer Kreislaufwirtschaft werden Ressourcen nicht linear sondern regenerativ genutzt. Im Jahr 2020 haben wir eine Zusammenarbeit mit der Wirkungsorganisation „Circle Economy“ begonnen, um unternehmensweite Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wo wir in Sachen Kreislaufwirtschaft stehen. Wir erhalten dadurch einen guten Einblick, wo wir den größten positiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten können. Wir sind Einzelhändler und es überrascht daher nicht, dass unsere Produkte die größten Auswirkungen haben. Deshalb haben wir uns für einen kategorien- und produktspezifischen Ansatz entschieden, bei dem wir die Kreislauffähigkeit unserer 14 Produktkategorien anhand einer Basisbewertung pro Kategorie beurteilen. Diese Bewertung soll für alle Kategorien bis Ende 2022 abgeschlossen werden.

„Die Stärke unserer Zusammenarbeit ist die Kombination aus unserem Fachwissen über Kreisläufe und der praxisorientierten Mentalität von Action. Indem Kreisläufe praktisch, spezifisch und umsetzbar gestaltet werden, erhalten Einkäufer:innen das Wissen und die Instrumente, die sie benötigen, um Kreisläufe anzuwenden. So entsteht ein Produktsortiment, das weiterhin hochwertig und preisgünstig ist – und nachhaltiger. Es geht um eine Veränderung der Denkweise.“

Tamara Veldboer Business Strategies Lead bei Circle Economy.

Unter Verwendung des Rahmens der Circular Transition Indicators (CTI) haben wir 2021 für die Hälfte unserer Produktkategorien kategoriespezifische Kreislaufwirtschaftspläne entwickelt. Dieses Rahmenwerk konzentriert sich auf die kreislaufförmige und nicht auf die lineare Masse, die in bestimmte Produkte hinein und aus ihnen heraus fließt. In diesem Rahmen bewerten wir in den Ländern, in denen wir tätig sind, sowohl die Nachhaltigkeit, der für Produkte verwendeten Materialien, als auch die Recyclingfähigkeit.

Da die Sortimente in allen Kategorien hinsichtlich der verwendeten Materialien sehr unterschiedlich sind, können die Werte für die Kreislauffähigkeit der Kategorien nicht miteinander verglichen werden. Zu den Aktionsplänen für jede dieser Kategorien gehört die Verbesserung der Kreislauffähigkeit von mindestens fünf wirkungsvollen Produkten in ihrer Kategorie (basierend auf Volumen und Umsatz). Neben den Überprüfungen für die anderen Kategorien werden wir 2022 auch einen Leitfaden für kreislauforientiertes Einkaufen, KPIs für Kreislaufwirtschaft und Tools entwickeln, um Kreislauffähigkeit in unserem Unternehmen zu verankern.

Unsere Materialien

Übererfüllung der Ziele bei Baumwolle und Holz

In den letzten Jahren haben wir Holz und Baumwolle Priorität eingeräumt, um positive Auswirkungen auf die Rohstoffe zu erzielen, die wir in unseren 14 Kategorien verwenden.

Bis Ende 2021 wurden 70 % der Holzprodukte von Action nachhaltig beschafft, womit wir bereits unser Zwischenziel von 70 % bis 2022 erreicht haben. Daher haben wir uns entschieden, die Erreichung unseres Ziels einer 100 % nachhaltigen Holzbeschaffung von 2025 auf 2024 vorzuverlegen.

Bis Ende 2021 wurden 86 % der Baumwolle von Action nachhaltig gewonnen. Mit diesem großen Sprung von 76 % im Jahr 2020 haben wir unser Zwischenziel von 85 % bis 2022 bereits ein Jahr früher erreicht. Wie unser Holzziel haben wir unser Ziel von 100 % nachhaltiger Baumwolle auf 2023 vorverlegt.

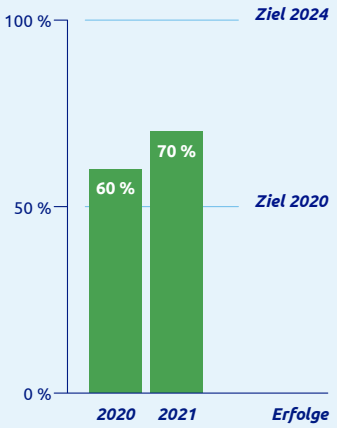
Zielsetzung für Kakao und Kunststoff

2021 haben wir für Schokoladenprodukte unserer Eigenmarke eine Kakaorichtlinie mit konkreten Zielen und einem strategischen Aktionsplan eingeführt. Unser Ziel bis Ende 2023 besteht darin, dass die Schokoladenprodukte unserer Eigenmarke 100 % Fairtrade-Kakao enthalten. Durch dieses Engagement wollen wir Kakaobauern ein besseres Einkommen, würdevolle Arbeitsbedingungen und die Möglichkeit bieten, in ihre Gemeinschaften zu investieren. Gleichzeitig wollen wir gute landwirtschaftliche Praktiken sicherstellen, die schädliche Auswirkungen auf den Boden und die biologische Vielfalt mindern. Fairtrade bietet uns neben den Vorteilen für die Landwirt:innen auch Transparenz und ermöglicht uns, eine messbare Wirkung zu erzielen.

Wir sind uns der Auswirkungen von Kunststoff bewusst und suchen daher ständig nach Möglichkeiten, Kunststoff in unseren Produkten wiederzuverwenden und unseren Kunststoff-Fußabdruck zu reduzieren. Wir wissen, dass es noch viel zu tun gibt, um Kunststoffe zu reduzieren und wiederzuverwerten. Deshalb betrachten wir dies als eine Reise, auf der wir uns gemeinsam mit unseren Lieferanten und Partnern befinden. Um unser Ziel im Bereich Kunststoff zu unterstreichen, werden wir 2022 eine spezielle Kunststoffpolitik entwickeln, die unseren Zielen im Bereich der Kreislaufwirtschaft entspricht, einschließlich unserer Verpflichtung, mehr recycelten und erneuerbaren Kunststoff zu beschaffen.

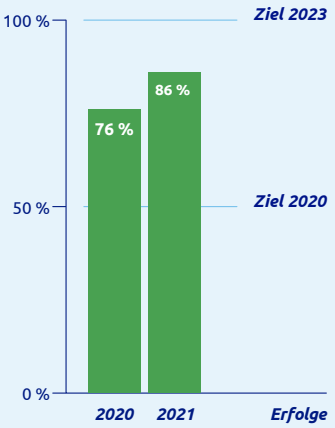
Nachhaltiges Holz

% unserer Holzprodukte, die FSC- oder PEFC-zertifiziert sind



Nachhaltige Baumwolle

% der Baumwolle stammt aus nachhaltigeren Quellen und entspricht Standards wie BCI, recycelt, biologisch und Fairtrade



„Das Engagement von Action, mit Fairtrade zusammenzuarbeiten, um das Einkommen der Kakaobauern zu verbessern, ist ein großer, aber auch notwendiger Schritt." Der Kakaopreis in Westafrika steht seit Jahren unter Druck, Millionen Kakaobauern haben darunter gelitten. „Action geht mit gutem Beispiel voran und zeigt, dass die Messlatte in der Branche höher gelegt werden muss."

Peter d'Angremond,
Direktor Fairtrade Niederlande

Nachhaltige Zertifizierungslabels

„Action arbeitet gerne mit uns zusammen, wegen unserer professionellen Dienstleistungen und unserer Kreativität, mit der wir immer wieder überraschende Produkte entwickeln können. Wir bemühen uns bei unserer Zusammenarbeit mit Action um transparente Lieferketten, da wir uns unserer sozialen und ökologischen Verantwortung voll und ganz bewusst sind.“

Monique Wurms, DLP Industry B.V.

Nachhaltige Labels als Wegweiser für Kunden

Bei mehr als 12 Millionen Kundinnen und Kunden pro Woche haben wir einen Einfluss auf deren Produktwahl und die Pflicht, sie über nachhaltige Alternativen zu informieren. Wir sind zunehmend in der Lage, unseren Kund:innen mehr zertifizierte nachhaltige Produkte anzubieten. Kund:innen finden zunehmend mehr Produkte mit Nachhaltigkeitslabels in unseren Regalen.

Social Compliance

Transparenz in unserer Lieferkette ermöglicht uns, die Social Compliance zu überwachen und Risiko-Hotspots bei den Großhändlern und Herstellern zu identifizieren, die für Action produzieren. Dies wiederum ermöglicht uns, unsere Lieferanten zu stärken und einen positiven gesellschaftlichen Wandel zu bewirken. Unser Ziel für Social Compliance besteht bis 2025 darin, 100 % Transparenz für alle Eigen- und Handelsmarkenprodukte zu erreichen.

Unsere Ethical Sourcing Policy

Alle unsere Lieferanten müssen unsere Ethical Sourcing Policy akzeptieren. Sie legt den Grundstein für eine verantwortungsvolle Beschaffung von Produkten, sowohl für direkte als auch für indirekte Importe. Die Kernelemente unserer Ethical Sourcing Policy sind die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sowie der Verhaltenskodex der Business Social Compliance Initiative (BSCI). 2022 werden wir unsere überarbeitete Ethical Sourcing Policy veröffentlichen.

Unsere Richtlinie zur kritischen Eskalation beschreibt das Verfahren, das bei schwerwiegenden sozialen Verstößen in Fabriken, die für Action produzieren, zu befolgen ist. Lieferantenbeziehungen können in Fällen von Kinderarbeit, Menschenhandel, Bestechung, unerlaubter Unterauftragsvergabe und Zwangsarbeit beendet werden. Wenn wir das Gefühl haben, dass ein Lieferant sich nicht proaktiv an unsere Ambitionen und unsere Ausrichtung anpasst, entscheiden wir von Fall zu Fall über das weitere Vorgehen. Bestellungen werden ausgesetzt, bis ein Korrekturmaßnahmenplan erfolgreich umgesetzt wurde.

Auditierung unserer Lieferkette

Jedes Jahr prüfen unabhängige Dritte die Produktionsstätten, die für Action tätig sind. Dadurch wird sichergestellt, dass unsere Werke unsere Ethical Sourcing Policy einhalten. Wir orientieren uns vorzugsweise am BSCI-Verhaltenskodex, aber um Prüfungsmüdigkeit zu vermeiden, akzeptieren wir fünf weitere international anerkannte soziale und ethische Compliance-Organisationen.

Im Jahr 2021 verbesserte sich die Bewertung unserer Lieferantenbasis insgesamt und auch bei kritischen Eskalationsthemen. Es wurden 121 Betriebsprüfungen bei neuen Lieferanten und 288 Verlängerungsaudits bei bestehenden Lieferanten durchgeführt. Jeder Direktimportpartner benötigt ein gültiges, unabhängiges Social Compliance-Audit. Verlängerungsaudits finden jährlich oder alle zwei Jahre statt, abhängig von früheren Auditergebnissen. Darüber hinaus führen wir jedes Jahr Stichproben durch.

Anzahl der Audits

409	121	288	74
Audits insgesamt	Neue Audits	Erneuerungs-audits	Stichpoben-kontrollen

Beispiel für **Recyclinglösungen** für Verpackungen

Alt **Neu**

PVC als Verpackungsmaterial verbieten, PVC-Verpackungen zu Kartonverpackungen ändern

Verpackung

Die Produktion und Entsorgung von Verpackungsmaterial belastet die Umwelt erheblich. Im Januar 2021 haben wir unsere Verpackungsrichtlinie eingeführt, die sowohl für unsere Produkt- als auch für die Transitverpackung gilt. Ziel der Richtlinie ist es, die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen von Verpackungen innerhalb unserer Lieferkette zu reduzieren. Indem wir die Menge an Verpackungsabfällen reduzieren und die Kreislaufwirtschaft für alle Verpackungen etablieren. Unsere Hauptziele sind:

- 25 % weniger Verpackungen bis 2025 (im Vergleich zum Ausgangswert 2019)
- 100 % der Eigenmarkenverpackungen bis 2022 recycelbar
- 100 % aller Verpackungen bis 2025 recycelbar

Beispiel für **Verpackungsreduzierungslösungen**

Alte Verpackung
Pappe und Kunststoff

Reduktion von **2.489 kg Kunststoff und 365 kg Pappe** pro Jahr

Neue Verpackung
Nur Karton

Produkt-qualitätsleistung im Vergleich zu 2020

↗ 2,3 %
Verbesserung
der Transportschäden durch einen verbesserten Ansatz bei Qualität und Verpackung

↘ 23 %
Reduzierung
der Kundenreklamationen

↘ 20 %
Reduzierung
der Kundenreklamationen für fehlerhafte Artikel

↘ 53 %
Reduzierung
der Produktrückrufe aufgrund von Qualität

Sicherheit

Produktsicherheit und -qualität sind auch zentrale Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir stellen sicher, dass alle unsere Produkte sicher in der Anwendung sind und allen relevanten Sicherheitsvorschriften und -normen entsprechen. Doch diese Priorität geht weit über die Einhaltung der Produktvorschriften hinaus. Produkte von guter Qualität tragen zur Sicherheit bei und da sie länger halten, verursachen sie auch weniger Abfall. Wir haben verschiedene Sicherheits- und Qualitätsprozesse eingerichtet, vom Anfang bis zum Ende des Kaufprozesses.

Im Laufe des Jahres 2021 haben wir umfassend mit dem Unternehmen Product IP zusammengearbeitet, um technische Dateien für alle unsere Eigenmarken zu erstellen. Dies ergänzt unsere bestehende Zusammenarbeit mit TÜV Süd und TÜV Rheinland, die sicherstellen, dass alle Prüfungen und technischen Unterlagen für unsere Direktimportartikel ausschließlich über sie abgewickelt werden.

Zurückgerufene Produkte	2017	2018	2019	2020	2021
Staatliche Sicherheitsrückrufe	11	5	12	13	8
Stille Rückrufe	318	191	228	148	149
Summe	**329**	**196**	**240**	**161**	**157**

Trotz unserer Bemühungen, Qualitäts- und Sicherheitsprobleme zu vermeiden, müssen wir jedes Jahr Produkte zurückziehen. Wir tun dies entweder, weil die Qualität eines Produkts nicht den mit dem Hersteller vereinbarten Standards entspricht, oder aus Gründen der Vorschriften oder des geistigen Eigentums.

Wir unterscheiden zwischen „öffentlichen Sicherheitsrückrufen“ und „stillen Produktrückrufen“. Ein öffentlicher Sicherheitsrückruf birgt in der Regel ein potenzielles Risiko für die Gesundheit und Sicherheit unserer Kundinnen und Kunden, weshalb wir sie auffordern, die Produkte in den Filialen zurückzugeben. Stille Produktrückrufe haben unterschiedliche – oft technische oder organisatorische – Ursachen, wie z. B. die Räumung nicht verkaufter Produkte am Ende einer Saison, Produkte mit einem Kennzeichnungsmangel oder Produkte, die nicht unseren Qualitätsstandards entsprechen.

Every day Action

11 Januar 2021

Im SOS-Kinderdorf Itahari (Nepal) lernen diese Schwestern, wie wichtig es ist, sich die Hände zu waschen

In der Pandemie bietet sich eine günstige, einfache und wichtige Möglichkeit, Kindern zu zeigen, wie und wann sie ihre Hände waschen müssen, um eine Ausbreitung des Virus zu verhindern.

Action als Teil und Partner der Gesellschaft

Action möchte einen bedeutenden positiven Beitrag zum Leben der Menschen leisten, der über unsere Rolle als Lieferant wichtiger und hochwertiger Produkte zum niedrigsten Preis hinausgeht. Als schnell wachsender Einzelhändler sehen wir uns als Teil und Partner der Gesellschaft. Da Kinder unsere Zukunft sind, wollen wir vor allem sie unterstützen. Wir unterstützen auch lokale Gemeinschaftsaktivitäten in den Ländern, in denen wir tätig sind.

Partnership Highlights

- Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf erweitert
- 1.737 SOS-Kinder in Asien, Polen und Tschechien gesponsert
- 25.000 EUR gespendet an das UNICEF COVID-Impfprogramm

Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf

Um in den Ländern einen wichtigen Beitrag zu leisten, aus denen wir unsere Produkte beziehen und in denen wir tätig sind, arbeiten wir mit der globalen Wohltätigkeitsorganisation SOS-Kinderdorf zusammen. Sie wirkt aktiv darauf hin, Familien zusammenzuhalten, bei Bedarf alternative Betreuung anzubieten, junge Menschen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit zu unterstützen und sich für die Rechte von Kindern einzusetzen. Seit 2018 sponsern wir für jede unserer Filialen und jedes Distributionszentrum ein Kind oder Dorf in Asien. Um die Beteiligung vor Ort zu erhöhen, spenden wir auch an lokale Programme in den Ländern, in denen wir eine Zentrale haben. Mit dem Wachstum unseres Filialnetzwerks wächst auch die Anzahl der Dörfer, die wir unterstützen.

2021 sponserten wir 1.737 Kinder, die in einer SOS-Familie in einem Kinderdorf in Asien, Polen und Tschechien aufwachsen. Unsere Spende von 25 EUR pro Monat und Kind trägt zu den täglichen Kosten dieser Kinder und ihrer Dörfer bei – dazu gehören Essen, Bildung, medizinische Versorgung sowie Sport und Spiel. Kurzum: alles, was ein Kind zum Erwachsenwerden braucht!

Da unsere Partnerschaft mit den SOS-Kinderdorf so erfolgreich war, haben wir uns verpflichtet, weitere drei Jahre mit ihnen zusammenzuarbeiten. Durch unsere weitere Zusammenarbeit wollen wir ein liebevolles Zuhause für schutzbedürftige Kinder auf der ganzen Welt schaffen. Jede Landeszentrale spendet 10.000 EUR für Projekte der SOS-Kinderdörfer in ihrem Land. Unsere Gesamtspende belief sich 2021 auf 591.100 EUR, wovon insgesamt mehr als 11.000 Kinder profitierten.

Lokale Gemeinschaftsinitiativen

Unser Beitrag zur Gesellschaft geht über unsere internationale Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern hinaus. Auf dezentraler Ebene entwickelt Action einen Plan, um lokale Gemeinschaftsinitiativen einzuführen, bei denen das lokale Filialmanagement und die Mitarbeiter:innen eine aktive Rolle spielen.

2021 haben wir mit diesem Schwerpunkt begonnen, indem wir die folgenden Themen in unserer Nähe angehen und unterstützen.

- **100.000 medizinische Fachkräfte** in 20 niederländischen Krankenhäusern erhielten von uns Fairtrade-Ostereier als Dank für ihre harte und wichtige Arbeit während der COVID-19-Pandemie.
- **Betroffene Unternehmer und Haushalte in den Überschwemmungsgebieten** in Deutschland, Belgien und den Niederlanden erhielten Reinigungsprodukte und andere Güter.
- **100.000 EUR wurden für das UMC Cancer Centre Amsterdam** gesammelt, indem 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen mit unseren Lieferanten den **Amsterdam Marathon liefen.**
- **Fünf Zentren für afghanische Asylbewerber** in den Niederlanden erhielten durch unsere Spenden an das Rote Kreuz eine Vielzahl von Materialien wie Regenstiefel und Hygieneprodukte.

„Derzeit sind Partnerschaften wichtiger denn je. Der Beitrag von Action ermöglicht uns, den Kindern in unserer Obhut alles zu bieten, was sie brauchen, um in einer sicheren und liebevollen Umgebung aufzuwachsen. Ein Haus, eine fürsorgliche Familie, Essen, medizinische Versorgung und die Möglichkeit, zur Schule zu gehen, Freunde zu finden und Sport zu treiben."

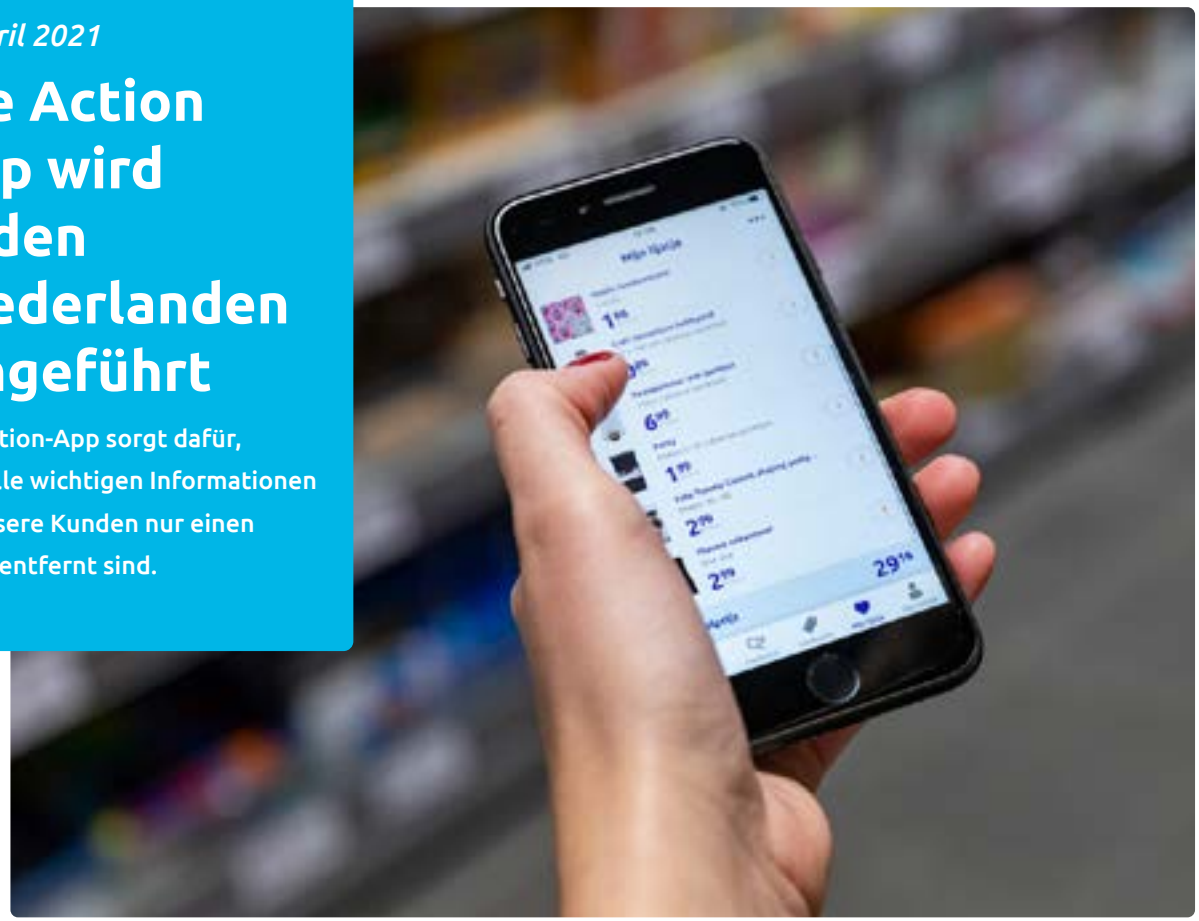
Arian Buurman, Direktor der SOS-Kinderdörfer in den Niederlanden.

Every day Action

7. April 2021

Die Action App wird in den Niederlanden eingeführt

Die Action-App sorgt dafür, dass alle wichtigen Informationen für unsere Kunden nur einen Wisch entfernt sind.



Action für die Zukunft: Auf zum nächsten Level

Action hat sich für unsere Millionen von Kundinnen und Kunden als unerlässlich erwiesen. Dies bietet uns zwei wesentliche Chancen: weiterhin die Kund:innen zu überraschen und ihre Erwartungen jedes Mal zu übertreffen, wenn sie Action besuchen. Und das große Potenzial auszuschöpfen, um in neuen Ländern weiter und schneller zu expandieren, mehr Kund:innen mit unseren Filialen, unserem Sortiment und unseren hervorragenden Teams zu erreichen. Wir schaffen neue Arbeitsplätze und Möglichkeiten für unsere Beschäftigten, während wir unser Wachstum und unsere Entwicklung beschleunigt vorantreiben. Wir sind uns bewusst, dass wir in schwierigen Zeiten leben und dass der Konflikt in der Ukraine unsere Arbeit beeinflusst. Unsere Herzen und Gedanken sind bei allen, die betroffen sind oder sich um Angehörige und Freund:innen in der Region sorgen.

Sich in Zeiten der Unsicherheit weiter verbessern

Wir haben bewiesen, dass wir sowohl günstige Preise als auch nachhaltige Artikel anbieten können. Wir sehen noch viele weitere Möglichkeiten, um die Nachhaltigkeitswirkung von Action in unseren Betrieben weiter zu verbessern und zu stärken. Denn wir glauben, dass es *möglich* ist, ein nachhaltiger Discounter zu sein. Es *muss* möglich sein. Wir haben Fortschritte gemacht und stoßen weiterhin jeden Tag positive Entwicklungen an. Es liegt in unserer DNA.

Da wir kostenbewusst sind, achten wir sehr darauf, Materialien und Ressourcen zu sparen und den Abfall zu begrenzen. Das geschieht nicht über Nacht. Aber wir setzen uns dafür ein, die begonnene Reise fortzusetzen und unsere Ziele zu erreichen.

Unser digitales Angebot voranbringen

Wir werden die digitalen Möglichkeiten für die Action-Formel schneller voranbringen. Während der COVID-19-Pandemie haben wir die Erfahrung gemacht, dass es für unsere Kund:innen einen Mehrwert bringt, wenn wir ihre Bedürfnisse mit digitalen Services erfüllen. Wir optimieren weiterhin unsere digitalen Kanäle und Services auf der Grundlage, der sich wandelnden Kund:innenbedürfnisse und inspirieren und überraschen sie mit relevantem Content.

Unsere Action App wird 2022 in allen unseren Ländern eingeführt, damit unsere Kundinnen und Kunden rund um die Uhr Zugang zu unseren digitalen Services haben. Wir werden Funktionen anbieten, die das Einkaufserlebnis in der Filiale noch angenehmer machen. Darüber hinaus werden wir weiterhin Möglichkeiten für unser E-Commerce-Angebot und innovative digitale Lösungen erkunden, um unseren Kund:innen ein großes Lächeln ins Gesicht zu zaubern.

Zusammenarbeit und über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg gemeinsam wachsen

Action kann nur dann erfolgreich sein, wenn unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammenarbeiten und stolz sind auf die Arbeit, die sie verrichten, auf die Möglichkeiten, die sich ihnen bieten, auf die Produkte in unserem Sortiment und auf die Anstrengungen, die wir unternehmen, um für unsere Kund:innen und die Gesellschaft das beste Action zu sein, das wir sein können.

Mit unserer 2.000. Filiale haben wir einen Meilenstein erreicht und setzen unsere Reise fort. Für Action sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt, wenn wir 2022 und in den kommenden Jahren einen Gang höher schalten.

Vorantreiben des Action Sustainability Programm

Die Verantwortung, die mit unserer Größe und unserem Wachstum einhergeht, wird in unserem Action Sustainability Programm festgehalten. Wir haben uns ehrgeizige Ziele für People, Planet, Product, und Partnership gesetzt. Wir werden weiterhin mit unseren Lieferanten und anderen Partnern zusammenarbeiten, um diese Ziele zu erreichen.

Every day Action

2. November 2021

Das Board gibt Hajir Hajji als neue CEO bekannt

„Hajir ist ein wichtiger Teil der Action DNA. Action ist bereit für die nächste Phase seiner Wachstumsagenda mit einem verstärkten Fokus auf digitales und nachhaltiges Wachstum, zwei Bereiche, für die Hajir derzeit verantwortlich ist.“ Simon Borrows, Board Chair

Action Executive Board

Hajir Hajji
CEO

Joost Sliepenbeek
CFO

Einfache und unkomplizierte Managementstruktur

Die Art und Weise, wie wir unser Geschäft führen, entspricht unserer Formel: einfach und unkompliziert, mit klaren Abgrenzungen darüber, was zentral und in den Landeszentralen getan wird. An unserem internationalen Hauptsitz in Zwaagdijk (Niederlande) arbeitet ein Team von Fachleuten daran, die zehn Landeszentralen bei der Umsetzung unserer Strategie zu unterstützen.

Unsere Teams in der internationalen Zentrale entwickeln und teilen Fachwissen in verschiedenen Bereichen, darunter HR, IT, Recht, Finanzen, Marketing und Kommunikation.

Unser Einkaufsteam ist weltweit tätig. Unsere Landeszentralen konzentrieren sich in erster Linie auf den Betrieb der Filialen und die Akquisition und dem Bau neuer Filialen sowie Personaldienstleistungen.

Die Executive Directors von Action, unser CEO und CFO, sind für die tägliche Geschäftsführung des Unternehmens verantwortlich und bilden gemeinsam das Executive Board. Das Executive Board geht mit gutem Beispiel voran, wenn es um Risikomanagement und die Einhaltung von Gesetzen, Vorschriften und unseren internen Richtlinien geht. Sie sind dafür verantwortlich, dass wirksame interne Kontroll- und Risikomanagementsysteme vorhanden sind. Das Executive Board hat ein Risiko- und Compliance-Komitee eingerichtet, um das Risikoprofil von Action und die damit verbundenen Risikomanagement- und Compliance-Richtlinien und -Prozesse zu überwachen und zu kontrollieren.

Unternehmensführung

Über 80 % der Aktien von Action sind im Besitz der 3i Group plc und Fonds, die von 3i, einem FTSE 100-Unternehmen mit Niederlassungen in Europa und Nordamerika, beraten werden.

Action hat eine einstufige Board-Struktur mit einem Board of Directors, das aus unserer CEO Hajir Hajji und unserem CFO Joost Sliepenbeek als Executive Directors und sechs Non-Executive Directors besteht. Unsere derzeitigen nicht geschäftsführenden Direktoren sind Simon Borrows (Board Chair), Menno Antal, Marc van Gelder, Robert van Goethem, Boris Kawohl, Sameer Narang und Ulrich Wolters. Es wurden ein Auditausschuss und ein Auswahl-, Nominierungs- und Vergütungsausschuss als Unterausschüsse des Boards eingerichtet.

Zu Hajirs Ernennung sagte Simon Borrows: „Hajir ist eine starke Führungskraft und verfügt über große Fachkompetenz im Einzelhandel, auch in Bezug auf digitales und nachhaltiges Wachstum. Als langjährige Managerin bei Action und Verfechterin der Action Kultur und Werte wird sie sowohl Kontinuität mitbringen als auch neue Impulse für die nächste Wachstumsphase von Action setzen.“

Every day Action

SCHAU DIR DIE **VOLLSTÄNDIGE UND UMFANGREICHERE VERSION** UNSERES UPDATE2021 ONLINE AUF ENGLISCH AN, UM NOCH MEHR DETAILS ZU ERFAHREN.

Wenn du Anmerkungen oder Fragen zu dieser Zusammenfassung oder zu unserem Action Sustainability Programm hast, wende dich bitte an ***press_EU@action.com***.

Every day Action
Veröffentlicht im April 2022