



ZEVENTIEN DUURZAME ONTWIKKELINGSDOELEN

BEDRIJVEN MAKEN **HET VERSCHIL**

“Veel Nederlandse bedrijven leveren een belangrijke bijdrage aan de Sustainable Development Goals (SDGs), of het nou gaat om zorgen voor schoon water, schone binnensteden of het verbeteren van de gezondheidszorg. Stuk voor stuk terreinen waar wij met onze bedrijven het verschil kunnen maken voor andere landen. Laat je inspireren en doe mee!”

Hans de Boer, voorzitter VNO-NCW



Fatsoenlijke banen, duurzame productie en betaalbare energie. Het is een greep uit de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelen (in het Engels ‘Sustainable Development Goals’ oftewel SDGs) die drie jaar geleden ondertekend werden door alle lidstaten van de Verenigde Naties, voor een leefbare wereld in 2030. Voor Maria van der Heijden en Maresa Oosterman zijn de duurzame ontwikkelingsdoelen dagelijkse kost, maar voor veel ondernemers zijn ze nog onbekend. “En dat moet zo snel mogelijk veranderen, want deze ontwikkelingsdoelen zijn een enorme businesskans. Sterker nog: “Een bedrijf dat nu niks doet met duurzaamheid, heeft straks een groot probleem.”



Maresa Oosterman (links op de foto) is directeur van de stichting SDG Charter. Deze vormt het Nederlandse netwerk voor synergie en versnelling voor het behalen van de SDGs in 2030 en brengt ideeën en actie vanuit bedrijven, overheden, financiële instellingen, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties en jongeren bij elkaar met als doel ieders impact te vergroten.

Maria van der Heijden is directeur van MVO Nederland, het grootste duurzame bedrijvennetwerk van Europa. Samen met 2500 ondernemers vormt MVO Nederland een beweging die de overgang naar een nieuwe economie versnelt. Een gezonde economie waarin positieve financiële resultaten samengaan met de zorg voor onze planeet en mensen.

‘HAASTIGE SPOED IS GOED’

“Ken je het kippenbedrijf Kipster uit Limburg?”, vraagt Maria van der Heijden. “Kipster produceert diervriendelijk, is CO2-neutraal én heeft afnamegarantie voor de komende vijf jaar, omdat supermarkt Lidl zijn eieren inkoop.” Van der Heijden kent talloze inspirerende voorbeelden van succesvolle bedrijven die één of meerdere ontwikkelingsdoelen in hun bedrijfsbeleid hebben opgenomen. “Duurzaam is niet duur, het is simpelweg het ondernemen van de toekomst.”

Marktplaats van uitdagingen

Via de duurzame ontwikkelingsdoelen kan je je als ondernemer onderscheiden. Maresa Oosterman ziet dat om zich heen. “Als er gemeenschappelijke doelen zijn, dan is er automatisch ook een markt voor oplossingen om die doelen te bereiken.” Volgens Oosterman ligt daar de meerwaarde voor mkb'ers: “Zij zijn creatieve doozetters en kunnen daarom goed inspelen op veranderingen die we met z'n allen willen.” “Neem Nieuw Prinsenland,” zegt Van der Heijden, “een bedrijven-terrein in West-Brabant. Daar wordt de restwarmte van de Suikerunie omgezet in verwarming van kassen. Zo maken



GLOBAL CHALLENGES, DUTCH SOLUTIONS

In september 2017 brachten VNO-NCW, MKB Nederland en Global Compact Netwerk Nederland de publicatie **Global Challenges, Dutch Solutions** uit, een inventarisatie van de bijdrage van het Nederlandse bedrijfsleven aan de ontwikkelingsdoelen. In het najaar 2018 zal een update verschijnen. Genoemde organisaties nemen deel aan de stuurgroep van SDG Charter. Download de publicatie op www.vno-ncw.nl

bedrijven onderling slim gebruik van warmte en besparen ze op energie-verbruik. Goed voor het milieu en goed voor het bedrijfsresultaat.”

Slagkracht van ondernemers

In de zoektocht naar nieuwe, innovatieve oplossingen om je onderneming toekomst-klaar te maken, ontmoet je mensen die het interessant vinden daarin met je mee te denken. En dat komt je onderneming weer ten goede. Zoals Van der Heijden het formuleert: “Door coalities te smeden ontstaat nieuwe business.” De SDGs zijn geen nieuwe regelgeving bovenop alle reeds bestaande richtlijnen en wetten, maar een inspiratiebron om het verschil te maken en een betere wereld te creëren. Van der Heijden: “Bedrijven hebben slagkracht, veel meer dan overheden.” Oosterman vult aan: “Ondernemers kunnen plannen maken voor een veel langere termijn, en hebben bovendien de mogelijkheden om direct van start te gaan.”

Gewoon doen

Het veranderen van je bedrijfsbeleid in lijn met de mondiale ontwikkelingsdoelen lijkt

complex. Waar begin je met veranderen? Wat is de eerste stap? “Maar in feite is het helemaal niet moeilijk”, zegt Maria van der Heijden. Zie de zeventien doelen als een taart waarvan je een puntje kiest en ga daarmee aan de slag.” Neem bijvoorbeeld het energiebeleid onder de loep: waar koop je energie in, maak je gebruik van nieuwe energiebronnen als wind en zon, kun je met andere bedrijven samenwerken? Een voorbeeld als Nieuw Prinsenland laat zien dat samenwerking op een terrein of in een gebied loont. Je kunt ook diensten inkopen in plaats van producten. Lichturen in plaats van lampen. Lig-uren in plaats van matrassen.” Oosterman en Van der Heijden zijn het er beiden over eens dat je vooral moet dóen.

Nu instappen

Haastige spoed is goed, dat is het motto van Van der Heijden. De implementatie van de ontwikkelingsdoelen gaat haar te langzaam. Wil je voorbereid zijn op 2030, dan móet je nu instappen, vindt ze. Daar heeft de overheid een verantwoordelijkheid in, maar niet zonder burger en ondernemer. “Je moet het samen doen, zegt Van der Heijden die SDG 17 Verbinding

en Samenwerking als het belangrijkste ontwikkelingsdoel ziet. Oosterman is optimistisch: “Ik was bij de eerste klimaat-onderhandelingen in Berlijn in 1995. Toen geloofde nog bijna niemand in het klimaatprobleem en nu zijn zoveel mensen met oplossingen bezig!”

Voorop lopen

Onder de SDGs wordt niet alleen milieu verstaan, ook sociale, economische en veiligheidsdoelen behoren tot de duurzame ontwikkelingsdoelen. Vaak wordt gedacht dat de doelen vooral voor ontwikkelingslanden gelden, maar ook in Nederland hebben we nog een flinke slag te slaan: vrouwen verdienen minder dan mannen en met biodiversiteit en duurzame energie lopen we achter. En dat is een gemiste kans, volgens Oosterman: “Als iemand het kan, dan zijn wij het wel in Nederland: we hebben de kennis en innovatiekracht om voorop te lopen. We moeten die voortrekkerspositie innemen. Dan kunnen we vliegen als Nederland.”

KAAG: ‘SDGs LEIDRAAD’

Minister Sigrid Kaag van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking: ‘De SDGs vormen de leidraad van mijn beleid de komende jaren. Maar ze zijn veel meer dan dat. De duurzame ontwikkelingsdoelen zijn het internationale fundament om het leven van de wereldbevolking te verbeteren. Daarbij spelen bedrijven een cruciale rol, omdat goed en duurzaam ondernemerschap bijdraagt aan grotere welvaart, meer veiligheid, een gezondere leefomgeving en een beter klimaat voor miljarden mensen. Juist het Nederlandse bedrijfsleven heeft die SDG-agenda voortvarend opgepakt. Veel bedrijven lopen in hun sector internationaal voorop. Denk aan voeding, waterbeheer, logistiek, energie of gezondheid. Door middel van buitenlandse handel en investeringen zijn ze bij uitstek geschikt een impuls te geven aan het oplossen van grote maatschappelijke vraagstukken. Daarmee zijn de SDGs zowel een verbeter- als verdienmodel.’

‘WE LEGGEN EEN STEEN IN DE RIVIER’

“Jonge mensen solliciteren spontaan bij ons. Ze zien waar wij mee bezig zijn. ‘Dit is de nieuwe wereld’, zeggen ze. ‘Hier wil ik bij zijn.’ Dat wij dit gevoel bij de nieuwe generatie teweeg kunnen brengen, maakt ons enorm trots. Wij zijn een relatief klein bedrijf, producent van onder meer werk- en keukenbladen. Toch is maatschappelijk verantwoord ondernemen al jaren onderdeel van ons beleid.

Inmiddels zijn we op niveau 4 van de MVO Prestatieladder gecertificeerd. Aan de indicatoren hebben we nu ook de SDGs gekoppeld. We richten ons vooral op de SDGs waar wij echt een verschil kunnen maken. Bijvoorbeeld SDGs 3, 8, 10 en 16

waarin gezondheid, welzijn en goede werkomstandigheden centraal staan. Uiteraard in onze fabriek in Helmond, maar ook in steengroeves in India. Samen met de internationale organisatie TFT controleren we daar de arbeidsomstandigheden en voorkomen we kinderarbeid. We zorgen voor voedsel, drinkwater en sanitair op scholen zodat de kinderen ernaartoe gaan”.

“Er zijn nog meer SDGs waar we volop mee bezig zijn. Op het gebied van duurzaamheid (SDG 6, 7, 12) recyclen wij constant het water dat nodig is voor onze productie en voegen er regenwater aan toe. Ons CO2-gebruik compenseren we onder meer met de aanleg van een bos in



Bolivia. Op dit moment zijn de plannen rond om ons dak van 10.000 m² vol te leggen met zonnepanelen en hebben we op ons bedrijfsterrein een grote biodiversiteitstuin aangelegd die ook weer een eigen verhaal heeft. Daarnaast doen we met Social Label uit Den Bosch (SDG 4, 8) een project om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt weer aan de slag te krijgen.”

“Waarom we dit allemaal doen? Omdat ik denk dat het beter is voor de wereld, daarom. Van huis uit heb ik meegekregen dat zingeving meer voldoening geeft dan enkel geld verdienen. Sterker nog: ik ben ervan overtuigd dat duurzaam ondernemen meer oplevert dan het kost.

De SDGs helpen bedrijven om hun duurzaamheid concreet te maken. Zo kunnen ook zij, net als wij, een steen in de rivier leggen en de loop iets veranderen. Op die manier maken wij samen de wereld een stukje beter.”

Naam: Hugo van Osch
Leeftijd: 58 jaar
Functie: directeur-eigenaar
Bedrijfsnaam: Arte
Oprichtingsjaar: 1995
Vestigingsplaats: Helmond
Core business: productie keukenbladen en werkbladen
Aantal werknemers: 80

‘CIRCULARITEIT VOORKOMT NIEUW AFVAL’

“Circulariteit betekent verantwoordelijkheid nemen voor jouw reststromen die over vele jaren pas vrijkomen.” Voor general manager Sean Buitenhuis van Outdoor Furniture Nederland (OFN) is deze visie leidend voor de werkwijze van het bedrijf in Geldermalsen dat ‘objecten’ in de buitenruimte ontwerpt, realiseert, onderhoudt en exploiteert. “OFN omarmt die verantwoordelijkheid, onderschrijft de Sustainable Development Goals en draagt concreet bij aan zeker vijf doelen.” OFN is in 2001 gestart en werkt inmiddels met meer dan honderd werknemers aan onder meer meubilair voor ProRail, bushaltes voor provincies en gemeenten en reclame-objecten langs wegen. Daarbij zoekt het duurzame oplossingen, zoals solar

overkappingen en solar geluidschermen. Het bedrijf wil actief vervuiling bestrijden, reststromen hergebruiken en afval voorkomen. “Dat doen wij door aan ons netwerk van meer dan twaalfduizend objecten in de openbare ruimte diverse sensortechnieken toe te voegen. Die geven inzicht in de kwaliteit van de woon-, werk- en leefomgeving. Samen met partners nemen we dan maatregelen om de omgeving veiliger en gezonder te maken. Zo meten we de luchtkwaliteit – onder meer fijnstof, stikstof en ozon - en zetten we systemen in die fijnstof aantrekken en dus uit de lucht halen. In de buitenruimte kunnen we daarmee tot dertig procent fijnstofreductie komen binnen een radius van vijftig meter. Niet alleen overheden wensen dit, ook veel

aannemers plaatsen deze objecten rondom hun bouwplaats om de negatieve effecten van hun werkzaamheden op de directe omgeving drastisch te verminderen en zo bij te dragen aan een veilige en gezonde leefomgeving voor omwonenden en hun eigen medewerkers.” OFN bestrijdt niet alleen actief de vervuiling van de leefomgeving, maar houdt ook rekening met het milieu en onze invloed daarop door in de ontwerpfase de objecten zo veel mogelijk groen, circulair en duurzaam te maken. “Circulariteit betekent voor ons hergebruik op productniveau. Om dit te bewerkstelligen maken we onze producten uniform en modulair, waardoor ze breed inzetbaar zijn. Circulariteit voorkomt nieuw afval. Echter, wij zijn ons be-



wust van het feit dat er nog veel afval ligt en dat dit vooralsnog alsmaar méér wordt. Ons doel is daarom niet alleen circulaire producten te maken, maar ook om circulaire producten te maken van reststromen! Zo behouden onze reststromen hun waarde. Om dit te bewerkstelligen werkt OFN onder andere samen met afvalverwerkers en ingenieursbureaus.”

Naam: Sean Buitenhuis
Leeftijd: 29 jaar
Functie: General Manager
Bedrijfsnaam: OFN
Oprichtingsjaar: 2001
Vestigingsplaats: Geldermalsen
Aantal werknemers holding: 100+

‘ECOLOGIE ZIT IN ONZE GENEN’

Het was haar opa die zo’n vijftig jaar geleden constateerde dat duurzaamheid de toekomst heeft. Hij - aardappelteler van huis uit - zag de chemische middelen die gebruikt werden op het land, op de gewassen, zo de bodem in gaan. ‘Dat kan niet goed gaan’, moet hij hebben gedacht, ‘dit is niet de manier om met de wereld om te gaan’. Hij richtte ECOstyle op dat natuurlijke producten voor bodemplanten en dier ontwikkelt en vermarkt, en waarbij biodiversiteit het uitgangspunt is. “In 1967 was duurzaamheid nog geen issue en werd het gebruik van chemi-

Lees verder op pagina 6.

sche middelen nog niet als een probleem gezien”, vertelt Jeanine de Vries-Zwart. “Nu wel en het is mooi om te zien dat de Sustainable Development Goals ervoor zorgen dat andere bedrijven er nu net zo naar kijken als wij. Die doelstellingen sluiten naadloos aan op wat wij allang deden.”

Alles waar ECOstyle voor staat en in gelooft - het versterken van de kringloop, de kracht van de natuur, ecologie, biodiversiteit, duurzaamheid, zorg voor elkaar en zorgvuldig omgaan met het milieu – zit in de genen van de familie Zwart. “Ik weet niet beter. Zo ben ik opgevoed, opgegroeid. Die drive zit er gewoon in. Het kan anders, beter, dus waarom zou je dat niet doen? Via ECOstyle wil ik de gedachte, de filosofie van mijn opa en mijn vader voortzetten.” ECOstyle voelt zich vooral thuis in de doelen rondom het klimaat en leven op het land. “Wij werken hier aan een beter ecosysteem en behoud van biodiversiteit. Maar ook in het idee van partnerschappen kunnen we ons heel goed vinden.”

Ook dat is zo gegroeid. Haar opa bedacht producten om minder chemische middelen de wereld in te helpen. “Wij kijken nu ook naar hoe we met partnerschappen kennis kunnen delen en kunnen samenbrengen om tot nieuwe ideeën en concepten te komen”, zegt De Vries-Zwart. “Als bedrijf alleen red je dat niet, en dat moet je ook niet willen. Het idee is toch om de wereld beter te maken? Dat lukt alleen als je het samen doet, dan is je bereik vele malen groter. Wereldwijd, dat moet het gezamenlijke doel zijn.”

Naam: Jeanine de Vries-Zwart
Leeftijd: 41 jaar
Functie: mede-eigenaar en directielid
Bedrijfsnaam: ECOstyle
Oprichtingsjaar: 1967
Vestigingsplaats: Oosterwolde (NL)
Core business: Ontwikkelen en vermarkten van natuurlijke producten voor bodemplanten en dier
Aantal werknemers: 50 voor ECOstyle, in totaal 100 voor de ECOstyle- groep

‘GERED ETEN OP JE BORD’

“Aan de wil ligt het niet, de reacties die wij krijgen zijn altijd positief. Wanneer we een aantal praktische obstakels overwinnen en meer partijen betrekken, kunnen we een groot verschil maken. Bij Instock koppelen we idealisme aan ervaring. Onze idealen staan altijd voorop, de SDGs die met voedsel te maken hebben, liggen aan de basis van onze restaurants. Maar je moet wel een kloppende businesscase hebben. Ik heb nooit gedroomd van het opzetten van een restaurantketen. De strijd tegen voedselverspilling, daar gaat het om.”

Halvering van de voedselverspilling in 2030. Dat is het Sustainable Development Goal 12. Hoewel een bekend probleem bij de meeste mensen, is een oplossing voor de grote hoeveelheden weggegooid eten

nog niet zo eenvoudig. Freke van Nimwegen werkte op de duurzaamheidsafdeling van Ahold toen ze samen met drie collega’s het idee ontwikkelde om een restaurant te openen dat gebruik maakt van onverkochte producten die bij Albert Heijn anders weggegooid zouden worden. De supermarktgigant, achter de schermen al enige tijd bezig met een missie de duurzaamste supermarkt van Nederland te worden, steunde het idee volledig. “En toen zijn we maar gewoon begonnen. In de horeca kunnen we een belangrijk verschil maken. Instock heeft inmiddels drie vestigingen, in Amsterdam, Den Haag en Utrecht. Ook hebben we foodtrucks waarmee we het hele land doorrijden en we proberen zoveel mogelijk andere restaurants en horecagelegenheden te



inspireren om dit concept ook te introduceren. Zij werken niet zoals in onze restaurants volledig met anders verspilde producten maar een deel van hun inkoop doen ze via Instock. Instock heeft eigen producten, zoals het Pieper Bier, en in 2017 hebben we ons eigen Food Rescue Center opgezet. Daar verzamelen we onverkochte producten waar andere restaurants en cateraars gebruik van kunnen maken. “

“Op de muur van ons kantoor houden we bij hoeveel eten we redden, in vier jaar al ruim 480 duizend kilo! We kijken voortdurend hoe we meer impact kunnen maken. Meer partners betrekken, natuurlijk, en het gesprek aangaan met de overheid om regelgeving te verbeteren. Zo is er bijvoorbeeld een heel gekke wet die handelsnor-

men bepaalt voor afwijkende vormen en maten van groente en fruit. Die moeten vaak worden weggegooid. Ontzettend zonde en makkelijk te voorkomen. Maar iedereen ziet het probleem, dus er valt nog een wereld te winnen.”

Naam: Freke van Nimwegen
Leeftijd: 31
Functie: Medeoprichter
Bedrijfsnaam: Instock
Oprichtingsjaar: 2014
Vestigingsplaatsen: Den Haag, Amsterdam, Utrecht
Core business: Horeca
Aantal werknemers: 95 (waarvan de meesten parttime)



‘ONZE VOETAFDruk WORDT STEEDS KLEINER’

Familiebedrijf Geelen Counterflow in Haalen maakt grote drogers en koelers voor de voedingsmiddelenindustrie. Die verbruiken evenveel aardgas als vijfhonderd tot duizend gezinnen. Dat knaagt al een tijdje bij directeur Sander Geelen, die als wereldzeiler van nabij heeft gezien hoe door menselijk ingrijpen milieu en klimaat veranderen. “We hebben de duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties hier niet op het prikbord hangen. Maar ze passen in onze strategie: we willen de beste drogers en koelers maken en streven daarbij naar honderd procent duurzaam. Intern rapporteren we over onze ecologische voetafdruk: energieverbruik, zelf opgewekte energie en CO2-uitstoot. En dat gaat de goede kant op.”

VN-doel 12 gaat over duurzame consumptie en productie. Geelen: “Dat proberen we hier zo circulair mogelijk te doen. We hebben het duurzaamste kantoor ter wereld, dat vijftig procent meer energie opwekt dan verbruikt. Het is optimaal geïsoleerd en wekt energie op met zonnepanelen, aardwarmte en zonnecollectoren. Het pand heeft met 99,94 procent de hoogste BREEAM-score voor duurzaamheid en gezondheid.” Ook de fabriek wordt steeds duurzamer: “Op de fabriekshal liggen 2500 zonnepanelen, de gasverwarming gaan we vervangen door warmtepompen, en er komt een nieuwe hal bij met een lange zonnegevel.” Duurzaamheidsdoel 13 van de VN gaat

over het aanpakken van klimaatverandering. “Vooral op dat punt kunnen we veel impact hebben omdat we hier zeer energie-intensieve gasgestookte drogers maken.” Geelen Counterflow heeft een elektrische droger ontwikkeld die 65 procent energie bespaart vergeleken met zijn gasgestookte voorganger. En als groene stroom wordt gebruikt, is de CO2-uitstoot zelfs 99 procent lager. De droger werkt met warmtepompen die water van 120 graden kunnen genereren, en die na het drogen van de voedingsmiddelen energie terugwinnen uit de lucht. Bovendien kan 65 procent van het tijdens het proces verdampte water worden opgevangen en hergebruikt, het gaat om meer dan duizend liter per uur.

Sander Geelen: “Door de drogers radicaal te verduurzamen kun je wezenlijk vooruitgang boeken. Maar er is ook een economisch motief. Schone energiebronnen worden waarschijnlijk veel goedkoper dan fossiele. Daarom kunnen we niet op de oude voet machines blijven produceren. Bedrijfskundig is dit de juiste oplossing op termijn.”

Naam: Sander Geelen
Leeftijd: 51
Functie: Algemeen Directeur
Bedrijfsnaam: Geelen Counterflow
Oprichtingsjaar: 1980
Vestigingsplaatsen: Haalen, USA, Argentinië, China, Vietnam
Aantal werknemers: 120



MULTINATIONALS VOOR DUURZAAMHEID

De CEO's van acht Nederlandse multinationals - AkzoNobel, DSM, FrieslandCampina, Heineken, KLM, Philips, Shell en Unilever - hebben de krachten gebundeld in de Dutch Sustainable Growth Coalition (DSGC). De coalitie staat onder leiding van Jan Peter Balkenende en wordt gesteund door VNO-NCW en gefaciliteerd door Accenture.

De DSGC-bedrijven volgen de zeventien SDGs als richtlijn voor het werken aan een toekomstbestendige wereld. Op enkele van deze doelen

wil de DSGC de impact vergroten door samen op te trekken:

- betaalbare en duurzame energie en Klimaatactie (SDG 7 & 13),
- verantwoordelijke consumptie en productie (SDG 12),
- einde aan honger en zorg voor goede gezondheid en welzijn (SDG 2 & 3).

Effect creëren de leden van de DSGC door zelf continu te investeren in duurzame businessmodellen en innovaties, onder meer op het gebied van energievoor-



ziening, grondstofgebruik en voedselsystemen. Zij willen duurzame projecten graag opschalen door samen te werken met elkaar, met andere bedrijven in de keten (met name mkb) en tussen bedrijfstakken (SDG17 Partnerschap).

Vanuit de DSGC werken de multinationals onder meer samen aan:

- toepassing van biobrandstof, zoals het Corporate Biofuel Programma,
- ontwikkeling van bio-kerosine, zoals Corporate BioFuel Programme,
- Inkoopconsortium voor groene energie,
- BICEPS, network emission reduction with shippers,
- interne CO2-prijs.

Kijk voor meer voorbeelden van projecten, nieuwsartikelen en events op: www.dsgc.nl



TOOLKIT

Aan de slag gaan met de SDGs is een kwestie van 'gewoon beginnen'. Met deze toolkit kun je vandaag al de eerste stap zetten. Ga naar gateway.sdgcharter.nl/toolkit voor meer informatie en updates.



- Kennis en ervaringen uitwisselen met andere ondernemers?
Futureproof.community
- Samenwerkingspartners vinden?
SDGGateway.nl
- Samen met andere ondernemers van VNO-NCW duurzame businesscases ontwikkelen?
Groenegroeiers.nl



- Hulp bij bedrijfsstrategie
GCNetherlands.nl
- Word koploper!
SDGCharter.nl
- Haal kennis op bij Nederlandse multinationals
DSGC.nl
- Onderzoek de effecten van je bedrijf en ketenpartners met de SDG Relevance Tracker
MVONederland.nl



- Beeldmateriaal en het laatste nieuws
SDGNederland.nl
- Ondernemers vind je in het Global Goals Dossier
MKBServicedesk.nl



- Publiek-private financiering via de SDG Partnerschap Faciliteit
RVO.nl

COLOFON Deze special is een initiatief van de regiokantoren van VNO-NCW, MVO Nederland, SDG Charter, UN Global Compact NL en de DSGC. **Hoofdredacteur** Annemarie van Oorschoot, communicatiemanager VNO-NCW en DSGC, T 06 25 00 23 87, oorschoot@vnoncw-mkb.nl. **Uitgeverpartner** Elan, part of [the] Group. Rik Weeda (rik@elan.nl). **Fotograaf** Sjors Massar.



VNO-NCW in Limburg



VNO-NCW NOORD

