

NOVEMBER 2018

GLOBAL COMPACT
NETWERK NEDERLAND

BEDRIJVEN OP WEG NAAR 2030

SDG VOORTGANGSRAPPORTAGE



Global Compact
Network Netherlands



GLOBAL COMPACT NETWERK NEDERLAND

ONDERDEEL VAN DE VN-FAMILIE

De wereld verandert. Ons land verandert mee.

De vraag is niet zozeer of wij invloed hebben op hoe zij verandert. De vraag is meer of wij de verantwoordelijkheid nemen voor de invloed die we hebben op die verandering. Het antwoord van Global Compact Netwerk Nederland op die vraag is een volmondig 'ja'. Wij geloven in het vermogen van bedrijven en organisaties om de wereld beter te maken, of het nu gaat om het tegengaan van armoede of kinderarbeid, het aanpakken van waterproblematiek, het verbeteren van gezondheidszorg, het bevorderen van mensenrechten of tegengaan van corruptie.

Een groeiend aantal bedrijven en organisaties zet zich in om deze, en andere wereldwijde uitdagingen, van oplossingen te voorzien. Ze zijn belangrijke aanjagers voor verandering. Vanuit gedeelde waarden naar een betere wereld. En in directe verbondenheid met de 'VN-familie'.

GROOTSTE DUURZAAMHEIDSINITIATIEF WERELDWIJD

Het Global Compact Netwerk Nederland (GCNL) is één van de ruim 70 nationale netwerken van UN

Global Compact. Global Compact Netwerk Nederland is formeel opgericht in 2007 en heeft inmiddels 130 leden. Het is het nationale netwerk van bedrijven en stakeholders die de tien Universele Principes ondersteunen zoals uitgedragen door de Verenigde Naties (VN), en er jaarlijks over rapporteren. Dit op grond van vier pijlers op het gebied van mensenrechten, arbeid, milieu en corruptiebestrijding. De missie van Global Compact Netwerk Nederland is het actief bijdragen aan duurzame ontwikkeling door gezamenlijk de tien Universele Principes te bevorderen en leden te ondersteunen bij de implementatie ervan. Dat vormt de basis voor het duurzaam en inclusief ondernemen. Daarbij worden deelnemende bedrijven en organisaties gevraagd actief bij te dragen aan de realisatie van de 17 duurzame ontwikkelingsdoelen, ofwel de Sustainable Development Goals (SDGs), die kansen bieden aan het bedrijfsleven vanuit het perspectief van duurzaam ondernemerschap.

Meer info? www.gcneland.nl en
www.unglobalcompact.org



INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD VAN VOORZITTER JAN-WILLEM SCHEIJGROND	4
SAMENVATTING – EXECUTIVE SUMMARY	6
HOOFDSTUK 1	8
GLOBAL COMPACT NETWERK NEDERLAND ACTIEF VOOR SDGs	
1.1. Hoe het grootste wereldwijde duurzaamheidsinitiatief begon	
1.2. SDGs en Agenda 2030	
HOOFDSTUK 2	11
TOENEMENDE BIJDRAGE VAN BEDRIJVEN AAN DE SDGs: SPRONG VOORWAARTS	
2.1. Nederland: SDG 8 en 13 aan kop	
2.2. SDGs & leiderschap: Young Professional Program	
2.3. Wereldwijd: SDG 8 en 5 aan kop	
HOOFDSTUK 3	16
REFLECTIE & UITDAGINGEN: DE TIJD DRINGT!	
3.1. Next steps nodig	
3.2. De uitdagingen: klimaatopgave en meer impact organiseren	
HOOFDSTUK 4	22
SDGs ALS DÉ WERELDAGENDA TOT 2030	
4.1. De businesscase	
4.2. SDGs als kans	
4.3. SDGs, een op beginselen gebaseerde aanpak	
HOOFDSTUK 5	30
INTERVIEWS MET LEDEN: ERVARINGEN OVER HET WERKEN MET SDGs	
AkzoNobel, Mark Didden	
NNRGY, Fredric Petit	
PwC, Linda Midgley	
VolkerWessels, Christine Wortmann	
HOOFDSTUK 6	38
VOORBEELDEN VAN LEDEN: HET WERKEN AAN DE SDGs IN DE PRAKTIJK	
HOOFDSTUK 7	54
TOOLS EN HULPBRONNEN	
COLOFON	58

VOORWOORD

VAN DE VOORZITTER



“Hoe helpt jouw CO₂ footprint reductie je bij het verkopen van MRI-scanners?”

EEN POSITIEVE BENADERING

Als eerste lichting milieuhygiëne studenten van Nederland ben ik al van jongs af aan betrokken bij duurzaamheid. Alleen heette dat in 1988 nog niet zo. Toen lag de focus vooral op het verminderen van schade aan het milieu. Van verminderen van uitstoot of vervuiling, ontstond een ontwikkeling naar schoner produceren, en uiteindelijk helemaal terug naar de bron waar in hoge mate bepaald wordt hoe een bedrijf bijdraagt aan de SDGs: productontwikkeling. Ik haal mijn motivatie voor het voorzitterschap van Global Compact Netwerk Nederland en mijn werk voor Philips uit het aanspreken van de ondernemers- en innovatiekracht van bedrijven.

Om ze uit te nodigen en uit te dagen om mee te werken aan het oplossen van maatschappelijke problemen. Dat is een positieve benadering die goed aansluit op het ‘groeidenken’ van bedrijven.

DE ROL VAN NEDERLANDSE BEDRIJVEN BIJ HET BEHALEN VAN DE SDG's

Wat ons bindt als bedrijven en ook als deelnemers binnen Global Compact Netwerk Nederland, is dat we als bedrijfsleven, overheid en NGO's in principe allemaal hetzelfde nastreven: het onrecht in de wereld tegengaan en de balans in de wereld verbeteren. Met ons Poldermodel begrijpen we elkaar gelukkig vrij snel en vrij goed. Daarmee hebben we best wel iets unieks in handen, alhoewel er natuurlijk altijd uitzonderingen zijn. Bij UN Global Compact kijken we vanuit de kracht van het bedrijfsleven naar de SDGs. We gaan de dialoog aan met iedereen om te kijken hoe we als bedrijfsleven onze bijdrage het beste kunnen vormgeven. Zodat overheden, NGO's en bedrijfsleven ieder zijn unieke rol kan vervullen in het oplossen van gezamenlijke problemen.

En dat doen we al lang! We zijn in Nederland koploper in de manier waarop we water hebben georganiseerd, datzelfde geldt voor transport, voedsel en gezondheidszorg. Dat zijn toevallig ook grote maatschappelijke uitdagingen, die je rechtstreeks kunt koppelen aan de SDGs. Alleen veel bedrijven en medewerkers realiseren zich nog niet dat wat zij dagelijks doen, wel degelijk bijdraagt aan de SDGs.

Global Compact Nederland wil verbindingen leggen en bedrijven de tools aanreiken om de vertaalslag te maken van de bedrijfsvoering naar de maatschappelijke bijdrage die ze leveren. Door je te realiseren dat je als bedrijf intrinsiek verbonden bent met de SDGs en duurzaamheid, maak je een enorme motivatie en energie los in mensen. Het is een manier om medewerkers te inspireren en zich deel te laten voelen van een groter geheel.

HOE KRIJG JE FINANCIËLE ORGANISATIES MEE MET DE SDGs?

Vanuit Global Compact Netwerk Nederland is dat een belangrijk punt. Je ziet steeds meer inzet van investeerders op duurzame investeringen. Vanuit Philips, waar ik voor werk, voeren we de dialoog met investeerders. Je merkt dat investeerders vaak worstelen hoe ze duurzaamheidsrapportages kunnen inzetten. “Hoe helpt jouw CO₂ footprint reductie je bij het verkopen van MRI-scanners?” Ik ben er daarom ook van overtuigd dat de huidige rapportages gaan veranderen. Indicatoren die intrinsiek zijn aan duurzaamheidsmetingen, maar die ook een directe link hebben met het bedrijfsresultaat en dus van invloed zijn op beslissingen van investeerders, dat is ‘the new frontier’. We werken met Thomson Reuters en World Economic Forum aan een tool om deze relaties boven tafel te krijgen. Als dat lukt, zullen we een enorme versnelling krijgen voor de SDGs.

“Als Global Compact Netwerk Nederland willen we kritisch kijken naar hoe we rapporteren en daar telkens in verbeteren.”

WAAROM EEN SDG VOORTGANGSRAPPORT?

Het is altijd goed om jezelf een spiegel voor je houden. Dan zul je zien dat er dingen zijn waar we exceptioneel goed in zijn. Dat moeten we internationaal uitdragen en daar moeten we trots op zijn. En er zullen gebieden zijn waar we moeten verbeteren en versnellen. Daar de discussie over voeren met onze maatschappelijke partners is wat nodig is. Op die wijze kunnen we ook regelmatig de koers bijstellen en het gesprek erover aangaan met onze leden. Dan maken we grote kans dat we de SDGs in 2030 gaan halen. Dat lukt niet als we pas in 2025 gaan beginnen met voortgangsrapportages.

Als Global Compact Netwerk Nederland willen we kritisch kijken naar hoe we rapporteren en daar telkens in verbeteren. Ik ben ervan overtuigd dat we in 2030 op een compleet andere manier rapporteren, dan dat we nu doen. En dat moet ook. Daarmee laten we zien dat we vooruitgang boeken, niet alleen met de implementatie van de SDGs, maar ook in de manier waarop je verantwoording aflegt aan de maatschappij. Uiteindelijk wil je dat je in 2030 vooral succesvol bent in SDG 17: partnerschappen. Dat je elk maatschappelijk probleem in teamverband op kunt lossen.

In dit rapport zien we daartoe veel voorbeelden. Veel dank aan alle bedrijven die hun voorbeelden en ervaringen delen in dit rapport en in het bijzonder aan de mensen die een interview hebben gegeven. Dat inspireert en zet aan om nog meer bij te dragen aan de SDGs. Ook de tools en rapporten die we in beeld bren-

gen, verdienen speciale aandacht.

Ze zijn ontwikkeld als hulpmiddelen voor bedrijven en hun stakeholders om verdere stappen te zetten voor meer impact.

Als Global Compact Netwerk Nederland dragen we graag bij en zullen we vaker over de bijdrage van bedrijven aan duurzame ontwikkeling en de nog ervaren knelpunten publiceren. Ik hoop dat het bedrijfsleven, overheid en NGO's daarmee

extra aanleiding zien en zich uitgenodigd voelen tot commentaar, dialoog en intensieve samenwerking. Zodat we steeds beter presteren en rapporteren.

Veel leesplezier en inspiratie gewenst.

Jan-Willem Scheijgrond

Voorzitter Global Compact Netwerk Nederland

SAMENVATTING

SAMEN HEBBEN WE EEN UITERMATE GROTE INVLOED OP DE TOEKOMST VAN ONZE PLANEET. DE BESLUITEN DIE WE NU NEMEN BEPALEN IN BELANGRIJKE MATE HOE MORGEN ER UIT ZIET. DAARBIJ IS HET STELLEN VAN DOELEN VAN GROOT BELANG. DOOR SAMEN VAST TE STELLEN WAT WE WILLEN BEREIKEN, ZIJN WE IN STAAT EEN WEG AAN TE LEGGEN ÉN TE BEWANDELEN OM DIE DOELEN TE REALISEREN. DE MILLENNIUM DOELEN VAN 2000 WEZEN DE WEG OM ARMOEDE AAN TE PAKKEN. IN 2015 IS DE ARMOEDE IN DE WERELD GEHALVEERD.

Samen zijn we in staat om de toekomst te veranderen. Daarom werken bedrijven en organisaties in UN Global Compact samen aan de realisatie van de 17 Sustainable Development Goals (SDGs). Nederlandse bedrijven doen dat binnen het Global Compact Network Netherlands. Hoe meer we samen werken aan één agenda, hoe groter het verschil zal zijn.

De 17 doelen zijn enorm. En, als we kijken naar onze dagelijkse praktijk, bekruipt ook ons regelmatig het gevoel of het wel realistisch is om deze 17 doelen gerealiseerd te hebben in 2030. We weten dat het belangrijk is, maar: kan het wel? Als we de tussentijdse balans opmaken (want dat is eigenlijk wat deze publicatie is), dan zien we dat we goed op weg zijn. Dat we écht progressie maken. Het bewustzijn van het belang van de doelen neemt snel toe. Ook het draagvlak wordt sterker. En het aantal bedrijven met een focus

op de 17 SDGs en 10 guiding principles groeit gestaag. Op alle gebieden ontwikkelen we activiteiten en boeken we vooruitgang. Door samen te werken versnellen we de resultaten. Tegelijk zijn de verschillen in bijdrage per SDG groot. En natuurlijk worstelen we ook met de snelheid waarmee we progressie boeken. Het is als leren lopen en de wens om de 100 meter binnen 10 seconden af te leggen. Als Nederlands bedrijfsleven hebben we de eerste meters, op weg naar 2030, afgelegd. Nu is het zaak om te leren sprinten en er een duurloop van te maken. Om de SDGs te halen moeten we meer meters maken. En dat bereiken we met meer samenwerking en focus, de slag te maken van bewustwording naar impact en door tools en reporting waarmee we door de bomen het bos blijven zien.

**2030.
WE HEBBEN NOG 12 JAAR.**

EXECUTIVE SUMMARY

TOGETHER, THE INFLUENCE WE HAVE ON THE FUTURE OF OUR PLANET IS ENORMOUS. THE DECISIONS WE TAKE TODAY WILL PLAY A CRUCIAL ROLE IN DETERMINING WHAT THE WORLD OF TOMORROW LOOKS LIKE. IN REACHING DECISIONS, WE MUST SET OURSELVES GOALS. BY ARRIVING AT A CONSENSUS ON WHAT WE WANT TO ACHIEVE, WE WILL SUCCEED IN LAYING OUT AND INDEED FOLLOWING A COURSE THAT LEADS TO THE FULFILMENT OF THOSE GOALS. THE MILLENNIUM DEVELOPMENT GOALS LAID DOWN BY THE UN IN 2000 POINTED THE WAY TO TACKLING POVERTY. BY 2015, POVERTY IN THE WORLD HAD BEEN HALVED.

By working together, we can change the future. For that reason, within the UN Global Compact, businesses and organisations are working together to achieve 17 Sustainable Development Goals. Dutch companies make their contribution within the Global Compact Network Netherlands. The more we cooperate within a single common agenda, the greater the difference will be. Given the enormity of the 17 goals, when we look at our everyday practice, we are regularly forced to wonder whether it is realistic to expect that they actually can be achieved by 2030. We know that it is important, but: is it possible? If we draw up an interim balance (which is effectively the intention of this publication), we can see that we are well on the right track. We truly are achieving progress. Awareness of the importance of the goals is growing fast, and support is growing too. There is also steady growth in the number of companies with a focus on the 17 sustainable development goals and the 10 guiding principles.

In all areas, we are developing activities and achieving progress. By working together, we can accelerate those results. At the same time, the level of the contribution made to each SDG varies widely. We are of course also struggling with the speed with which we are achieving progress. It is like learning to walk while what we want to do is run a 100 metre sprint in less than 10 seconds. Dutch industry has already completed the first few metres, on the road to 2030. The key now is to learn to sprint, and to nonetheless become long-distance runners. To achieve the sustainable development goals, we must cover more ground. We can only make that possible through increased cooperation and focus; by making the change from awareness to impact; and by developing tools and reporting principles that help make sure that we continue to see the wood for the trees.

**2030.
WE HAVE 12 MORE YEARS.**

HOOFDSTUK 1

GLOBAL COMPACT NETWERK NEDERLAND ACTIEF VOOR SDGs

1.1. HOE HET GROOTSTE WERELDWIJDE DUUR- ZAAMHEIDSINITIATIEF BEGON

Met de komst van de Millennium Development Goals (MDGs) in 2000 was het voor Kofi Annan, de toenmalige Secretaris Generaal van de Verenigde Naties (VN), helder. Hij voorzag dat zonder de inzet en actieve betrokkenheid in de VN van het bedrijfsleven de MDGs onmogelijk konden worden gehaald. De uitdagingen in de wereld waren toen, en ook vandaag de dag, té groot om van overheid tot overheid op te lossen. Die vooruitziende blik mondde uit in de oprichting van UN Global Compact, het multistakeholder platform dat is uitgegroeid tot het grootste duurzaamheidsinitiatief in de wereld. Bijna 10.000 bedrijven zijn inmiddels bij UN Global Compact aangesloten evenals ruim 3000 non-business organisaties. Zij zijn verenigd in meer dan 70 netwerken verspreid over de hele wereld. In al die duizenden aangesloten bedrijven, werken ruim 66 miljoen werknemers in de betrokken waardeketens. Strategische acties door die bedrijven voor de SDGs, de opvolgers van de MDGs, hebben daarmee wereldwijd een enorme potentie én impact door die waardeketens heen voor het verbeteren van het leven van miljoenen mensen.

HOOFDDOEL GEHAALD

Wat Kofi Annan al voorzag gebeurde. Het ministerie van Handel en Ontwikkelingssamenwerking schreef in 2015 aan de leden van de Tweede Kamer over de MDGs: 'Het hoofddoel is gehaald: de armoede in de wereld is gehalveerd. Er is aanzienlijk geïnvesteerd in menselijk kapitaal: 90% van de kinderen in ontwikke-

lingslanden krijgt basisonderwijs, kindersterfte is bijna gehalveerd, malaria en TBC zijn een halt toegevoegd en 2,3 miljard mensen hebben toegang gekregen tot schoon drinkwater.'

Kofi Annan tijdens het World Economic Forum in 2009: *'I propose that you, the business leaders... and we, the United Nations, initiate a global compact of shared values and principles which will give a human face to the Global market.'*

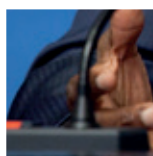


Foto: Kofi Annan, Secretaris Generaal van de Verenigde Naties van 1997 – 2006 (bron United States Mission Geneva)

Tegelijkertijd zijn niet alle MDGs gehaald en is er nog steeds enorm veel werk te verzetten voor een duurzamere en inclusieve wereld. Reden voor wereldleiders van 193 landen om in 2015 de Agenda 2030 te ondertekenen met 17 duurzame ontwikkelingsdoelen, of terwijl de Sustainable Development Goals (SDGs).

Minister President Rutte benadrukte tijdens de ondertekening van de SDGs in 2015 bij de VN de belangrijke rol van het bedrijfsleven ook bij het vormgeven van partnerschappen: *‘Within the framework of the SDGs and corporate social responsibility, many individual firms are expressing a growing desire for more effective public-private partnerships. More and more SMEs are eager to follow in the sustainable footsteps of multinationals that have led the way. They believe the ‘S’ in SDG offers opportunities for investment and innovation.’*

VERDER MET DE SDGs

Met de SDGs is expliciet de rol van het bedrijfsleven erkend, is de invloedssfeer van de doelen uitgebreid, het belang van partnerschappen onderstreept en hangen alle 17 doelen met elkaar samen.

Al vanaf 2000 is het enthousiasme en de inzet vanuit het bedrijfsleven voor de MDGs en de latere SDGs groot. Een belangrijke reden voor bedrijven in Nederland om het Global Compact Netwerk Nederland te starten en aan te sluiten bij UN Global Compact. In 2007 startte Global Compact Netwerk Nederland. Het netwerk werd in 2011 een officiële vereniging met vandaag de dag 130 leden, waarvan 45 mkb en een 25-tal non-business organisaties waarvan het merendeel NGO's, een branche, gemeente en kennisinstellingen.

GLOBAL INDUSTRY CLASSIFICATION STANDARD (GICS)



Figuur 1. De top 3 sectoren waar de bedrijven uit het Global Compact Netwerk Nederland (n = 109) in actief zijn betreft: 'Industrials', 'Financials' gevolgd door 'Information Technology' ingedeeld naar categorieën van de 'Global Industry Classification Standard (GICS).'

1.2. SDGs EN AGENDA 2030

Wereldwijd ijverden een heel aantal Nederlandse bedrijven vanuit Global Compact Netwerk Nederland actief voor een snelle komst van de SDGs al voordat ze werden ondertekend in 2015. Internationaal manifesteerden onder meer AkzoNobel, DSM, KPMG, Philips en Unilever zich publiekelijk al in 2014 via het [Business Manifesto](#).

We zien binnen UN Global Compact en ons Nederlandse netwerk de SDGs dan ook als dé wereldagenda tot 2030. De behoefte aan doorbraak innovaties en schaalbare oplossingen voor de vele werelduitdagingen is enorm. Of het nu gaat om voedselzekerheid voor de groeiende wereldbevolking, het klimaat- en energievraagstuk of toegankelijke gezondheidszorg voor iedereen. Het vraagt:

- een andere, nieuwe mindset;
- gericht op leiderschap, innovatie, nieuwe technologieën en nieuwe businessmodellen;
- samenwerking in partnerschappen voor het kunnen opschalen van oplossingen, ook via de waardeketen.

Ook in eigen land zijn er voldoende opgaven die om een antwoord vragen. In hoofdstuk 3 gaan we daar dieper op in. Tegelijkertijd staat Nederland er goed voor met de implementatie van de 17 SDGs:

- de meeste SDGs zijn in het afgelopen jaar dichterbij gebracht onder meer door de bijdrage vanuit het bedrijfsleven;
- In de [SDG Index & Dashboard](#), dat het Sustainable Development Solutions Network en de Bertelsmann Stiftung periodiek uitbrengen, staat Nederland hoog: in 2017 op de 11e plaats van 156 landen;
- In de Global Innovation Index 2018 staat Nederland na Zwitserland op de tweede plaats. Onder meer het topsectorenbeleid, waarin bedrijfsleven intensief samenwerkt met overheid en kennisinstellingen, geeft goede aangrijpingspunten deze sterke positie verder uit te bouwen.

Zo bezien zijn de SDGs een kans voor een duurzaam en innovatief bedrijfsleven dat geen genoegen neemt met het voldoen aan minimum standaarden of compliance, maar volop gaat voor de kansen die de SDGs bieden.

De CEO van Unilever Paul Polman en vice voorzitter van het bestuur van UN Global Compact, sprak in mei 2016 de leden van Global Compact Netwerk Nederland in Den Haag toe over de ondertekening van de SDGs:

“We set the World on a different kind of pathway. The SDGs have provided us a framework to resolve some of the worlds most urgent challenges.”



We herkennen binnen ons netwerk het enthousiasme voor de SDGs. We hebben de voortgangsrapportages van de leden geanalyseerd die ze jaarlijks publiceren via UN Global Compact en zien een enorm scala aan activiteiten van bedrijven waarmee wordt bijgedragen aan de SDGs. In het volgende hoofdstuk gaan we daar dieper op in.

HOOFDSTUK 2

TOENEMENDE BIJDRAGE VAN BEDRIJVEN AAN DE SDGs: SPRONG VOORWAARTS

In dit hoofdstuk gaan we in op de vraag aan welke SDGs de bedrijven vanuit het Nederlandse netwerk, en ook wereldwijd, vooral bijdragen. We hebben daarvoor een analyse gemaakt van de voortgangsrapporten die de Nederlandse bedrijven jaarlijks publiceren via UN Global Compact. Voor het wereldwijde beeld baseren we ons op het voortgangsrapport dat UN Global Compact daarover publiceerde. Bedrijven geven hun inzet weer voor de 10 Guiding Principles en sinds de komst van de SDGs geven ook steeds meer bedrijven aan hoe ze aan die doelen bijdragen. In onderstaande wordt dit uitgewerkt.



JAARLIJKS COMMITMENT BEDRIJVEN UN GLOBAL COMPACT AAN 10 GUIDING PRINCIPLES

Bedrijven die actief zijn binnen UN Global Compact committeren zich aan de 10 Guiding Principles op grond van de pijlers arbeid, mensenrechten, milieu en anti-corruptie.

Jaarlijks beschrijven ze de voortgang in een speciaal rapport genaamd 'Communication On Progress' (COP). De CEO ondertekent de COP waarmee bedrijven zich elk jaar opnieuw uitspreken over hun inzet en commitment. Met de COPs geven bedrijven een publiek statement af en helpt het hen ook binnen het bedrijf de strategie te ontwikkelen, doelen te stellen en gericht te werken aan de tien Guiding Principles. En een toenemend aantal bedrijven maakt in de COPs ook melding van hun bijdrage aan de SDGs. De COPs zijn verplicht en worden gepubliceerd door UN Global Compact. Sinds 2016 wordt ook gevraagd of bedrijven bijdragen aan de SDGs. Voor UN Global Compact was dit reden om in 2017 en dit jaar een 'UN Global Compact Progress report' te publiceren. Voor het eerst publiceert ook het nationale netwerk van UN Global Compact in Nederland, te weten Global Compact Netwerk Nederland (GCNL), een SDG voortgangsrapport gebaseerd op de COPs van de bedrijven die actief zijn in Nederland.

2.1. NEDERLAND: SDGs 8 EN 13 AAN KOP

Bedrijven binnen het Global Compact Netwerk Nederland dragen actief bij aan de SDGs. Analyse van hun voortgangsrapporten die ze jaarlijks lanceren, leert dat de bedrijven het vaakst aangeven bij te dragen aan SDG 8 (waardig werk en economische groei).

Na SDG 8 dragen de meeste bedrijven binnen Global Compact Netwerk Nederland bij aan SDG 13 (klimaat-actie) en 12 (verantwoorde consumptie en productie).

De uitkomsten zijn in lijn met de enquête zoals we die eind 2016 organiseerden. In 'The Edge', het duurzame gebouw van Deloitte in Amsterdam, lanceerden we net voor de ondertekening van het Klimaatakkoord in Parijs, de resultaten waarbij de leden ook toen al aangaven het meest bij te dragen aan de SDGs 8, 13 en 12.

Al snel na de komst van de SDGs geeft een toenemend aantal bedrijven aan werk te maken van de SDGs binnen Global Compact Netwerk Nederland. In één jaar is een groei van 21 procent zichtbaar binnen Global Compact Netwerk Nederland. Een flinke sprong voorwaarts.



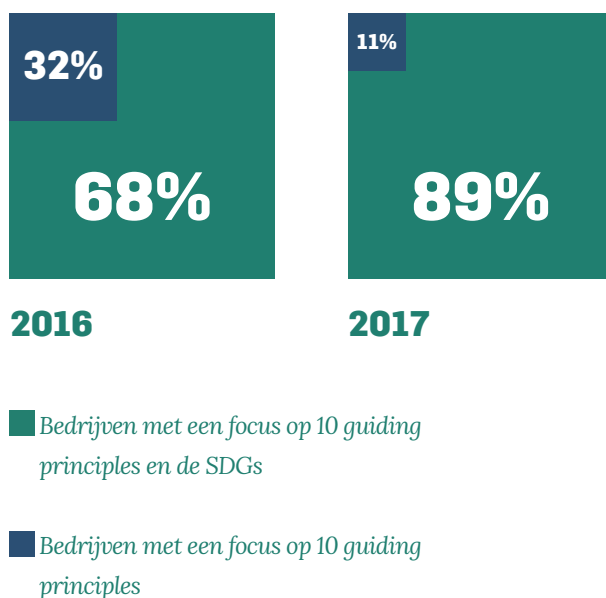
Figuur 2. Antwoord bedrijven GCNL (n = 109) op "which of the following Sustainable Development Goals (SDGs) do the activities in your COP address?"

TOENEMENDE BIJDRAGE: SPRONG VOORWAARTS VAN 21 PROCENT

Als we de voortgangsrapporten (COPs) van de Nederlandse bedrijven analyseren die zowel in 2016 als in 2017 door UN Global Compact zijn gepubliceerd¹, dan zien we dat in 2016 32 procent van die bedrijven focust op de 10 Guiding Principles en 68 procent focust op zowel de 10 Guiding Principles als ook op de SDGs. In 2017 is dat percentage bedrijven dat zowel ingaat op de 10 Guiding Principles alsook op hun bijdrage aan de SDGs gestegen tot 89 procent. Dit betekent een flinke groei van maar liefst 21 procent. Het laat zien dat veel bedrijven al vanaf de komst van de SDGs zich zeer bewust zijn van de SDGs en er over laten horen in hun COPs. Ze beperken zich niet tot wat minimaal 'moet', te weten het geven van inzicht in de 10 Guiding Principles, maar gaan ook in op – zij het nog heel divers – hun bijdrage aan de SDGs. Een mooie sprong voorwaarts!

¹Over 2016 zijn 109 voortgangsrapporten geanalyseerd. Tot eind juni 2018 waren er 47 bedrijven die ook over 2017 hun rapport hadden gepubliceerd via UN Global Compact zodat de jaren 2016 en 2017 voor die groep kon worden vergeleken.

TOENEMEND AANTAL BEDRIJVEN MAAKT WERK VAN DE SDGs EN DE 10 GUIDING PRINCIPLES, ANALYSE 2016 VERSUS 2017



POSITIEVE ONTWIKKELINGEN

Een positieve ontwikkeling is zichtbaar. In 2017 zien we ten opzichte van 2016 dat bedrijven:

- vaker statements van het hoger management in de COPs weergeven, die expliciet toewijding aan de SDGs vermelden;
- bewuster bezig zijn met hoe zij aan de SDGs bijdragen;
- een betere indicatie geven van hun bijdrage aan specifieke SDGs;
- de ondernomen acties of bedrijfsactiviteiten die de SDGs helpen bevorderen meer omschrijven;
- vaker de keus voor de prioritaire SDGs waar ze aan bijdragen bijstellen.

Voorbeelden hoe bedrijven dit doen en welke ervaringen ze hebben opgedaan, delen we in hoofdstuk 6.

BIJSTELLEN PRIORITAIRE SDGs IS GEZOND

In 2017 zien we dat bedrijven, van wie we de Communication on Progress (COP) hebben geanalyseerd, ten opzichte van 2016 hun keus aan welke SDGs ze bijdragen bijstellen. Zo constateren we bijvoorbeeld een kleine afname van het aantal bedrijven dat aangeeft bij te dragen aan SDG 8. Dit zien we ook bij SDGs 9, 6, 11 en 14. Dit duidt erop dat steeds specifieker wordt verkend aan welke SDGs prioritair wordt bijgedragen. Als je dieper analyseert is het interessante dat onder meer UN Global Compact bedrijven adviseert de eigen bedrijfsstrategie in lijn te brengen met de SDGs en te analyseren waar de grootste positieve impact kan worden gerealiseerd en welke negatieve impact het snelst kan worden verkleind. Waar zit potentie?

En hoe kan impact worden gemaakt via de waardeketen of het in de markt zetten van nieuwe oplossingen? Een meer diepgaande analyse van die vragen kan een bijstelling door bedrijven opleveren als het gaat om de prioritaire SDGs. Ook kunnen bedrijfsactiviteiten over de jaren natuurlijk veranderen. We kwalificeren bijstelling dan ook als een gezonde ontwikkeling.

2.2. SDGs EN LEIDERSCHAP: YOUNG PROFESSIONAL PROGRAM

Om de SDGs te realiseren is leiderschap nodig, ook jong leiderschap. We geloven dat young professionals hiervoor nodig zijn. Zij zijn de leiders van de toekomst, met nieuwe innovatieve ideeën om onze wereld socialer en duurzamer te maken. Bovendien zijn ze ambassadeurs binnen de bedrijven waar ze werken en in hun omgeving door aandacht te vragen voor de SDGs en zo hun steentje bij te dragen aan het vergroten van de bewustwording.

Daarom zijn wij in 2017 gestart met het Young Professional Program. We zijn op zoek gegaan naar gedreven young professionals die werken bij bedrijven die lid zijn in het netwerk. Deze hebben wij gevonden. Jongeren die werkzaam zijn in verschillende functies bij bedrijven die, samen met ons en het netwerk van Global Compact, zich inzetten voor de SDGs.



De young professionals zijn onder andere werkzaam bij Shell, Philips, Heineken, EY, Akzo Nobel, ftrf, Schutelaar & Partners, Unilever, KLM, KPMG, Tiny Giants, Witteveen+Bos en NN Group. Ze worden begeleid door coach en bestuurslid Jan van den Herik (KPMG). Wat hen en ons bindt is een gezamenlijke droom voor het jaar 2030. In dit jaar moeten de SDGs een feit zijn.

De jongeren zijn aan de slag in groepen en werken aan een high impact project dat gerelateerd is aan de SDGs. Een van de groepen in het Young Professional Programma van GCNL richtte zich op het voorkomen van voedselverspilling. Het platform Bright Vibes lanceerde een video food waste over wat je zelf kunt doen tegen voedselverspilling. Deze werd binnen de kortste keren al bijna 100.000 keer bekeken. Het geld om de video te kunnen maken, brachten de jongeren bij elkaar door een 'waste diner' te organiseren met meer dan 150 deelnemers. Een tweede groep ontwierp een SDG-game om via een bordspel binnen bedrijven het gesprek met elkaar aan te gaan over wat bijgedragen

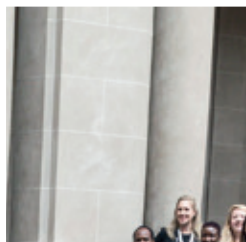
kan worden aan de SDGs. Het versterkt de bewustwording rond de SDGs. Een derde groep werkt samen met andere Europese Global Compact netwerken en UN Global Compact in New York om een wereldwijde beweging van Young Professionals binnen UN Global Compact op te zetten.

Global Compact Netwerk Nederland bouwt het Young professional program het komende jaar verder uit om zo jong leiderschap blijvend te stimuleren. Positief in dit verband is ook dat studenten binnen het onderwijs steeds vaker worden 'opgevoed' met de SDGs. Rob van Tulder van de Rotterdam School of Management (RSM, Erasmus Universiteit) lanceerde 2 publicaties die tijdens de colleges worden benut en belangrijke inzichten bieden aan bedrijven die aan de slag zijn met de SDGs. Het betreft: 'Business & The Sustainable Development Goals, a framework for effective corporate involvement' en 'Getting all the Motives Right, driving International Corporate Responsibility (ICR) to the Next Level'.

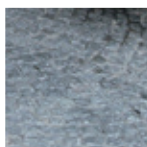
2.3. WERELDWIJD: SDGs 8 EN 5 AAN KOP

Wereldwijd zien we, net als bij GCNL, ook SDG 8 op de eerste plaats bij de bedrijven in de ruim 70 netwerken zoals die aangesloten zijn bij UN Global Compact.

Op nummer twee staat SDG 5 (gendergelijkheid) waarvan bedrijven wereldwijd aangeven vooral bij te dragen gevolgd op plek drie door SDG 3 (goede gezondheid en welzijn). In het 'United Nations Global Compact Progress Report 2018' geeft UN Global Compact – net als vorig jaar – een beeld van de mate waarin aangesloten bedrijven de tien Guiding Principles onderschrijven en op welke wijze ze bijdragen aan de SDGs.



Vertegenwoordigers van de ruim 70 lokale netwerken bijeen in Buenos Aires tijdens de Annual Local Network Meeting, april 2018



MISSIE VAN UN GLOBAL COMPACT

‘Mobilize a global movement of sustainable companies and stakeholders to create the world we want’

WHICH OF THE FOLLOWING GLOBAL GOALS DO YOUR ACTIVITIES TARGET?

Consistent with last year's survey, companies say that the top three Global Goals they are targeting on Decent Work and Economic growth, Goal 5 on Gender Equality and Goal 3 on Good Health and Well-Being.

54%	GOAL 8	DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
50%	GOAL 5	GENDER EQUALITY
48%	GOAL 3	GOOD HEALTH AND WELL-BEING
41%	GOAL 9	INNOVATION AND INFRASTRUCTURE
41%	GOAL 12	RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
38%	GOAL 4	QUALITY EDUCATION
37%	GOAL 13	CLIMATE ACTION
34%	GOAL 7	AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY
32%	GOAL 10	REDUCED INEQUALITIES
31%	GOAL 17	PARTNERSHIP FOR THE GOALS
29%	GOAL 11	SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
28%	GOAL 6	CLEAN WATER AND SANITATION
22%	GOAL 1	NO POVERTY
22%	GOAL 16	PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
18%	GOAL 2	ZERO HUNGER
17%	GOAL 15	LIFE ON LAND
10%	GOAL 14	LIFE BELOW WATER



Figuur 3. Bedrijven actief binnen UN Global Compact geven net als in Global Compact Netwerk Nederland aan het vaakst bij te dragen aan SDG 8 naar aanleiding van de vraag ‘Which of the following Global Goals do your activities target?’

HOOFDSTUK 3

REFLECTIE & UITDAGINGEN:
DE TIJD DRINGT!

3.1. NEXT STEPS NODIG

Ook al zien we op grond van de analyse van de Communication on Progress (COPs) meer en meer bedrijven die bijdragen aan de SDGs, desondanks zijn *next steps* nodig om tijdig de SDGs in 2030 te realiseren. Voor het formuleren van de *next steps*, baseren we ons op de analyse die we hebben gemaakt van de voortgangsrapporten van de bedrijven in het Nederlandse netwerk, het voortgangsrapport zoals UN Global Compact dat wereldwijd publiceerde maar ook op wetenschappelijk onderzoek vanuit onder meer de Erasmus Universiteit (RSM).

In vogelvlucht de *next steps*:

a. *De schaal van bedrijven: veel diversiteit in activiteit.*

Kruisbestuiving nodig tussen bedrijven, groot en klein, en en met het maatschappelijk middenveld, kennisinstellingen en de overheid.

b. *Van bewustwording naar meer impact.*

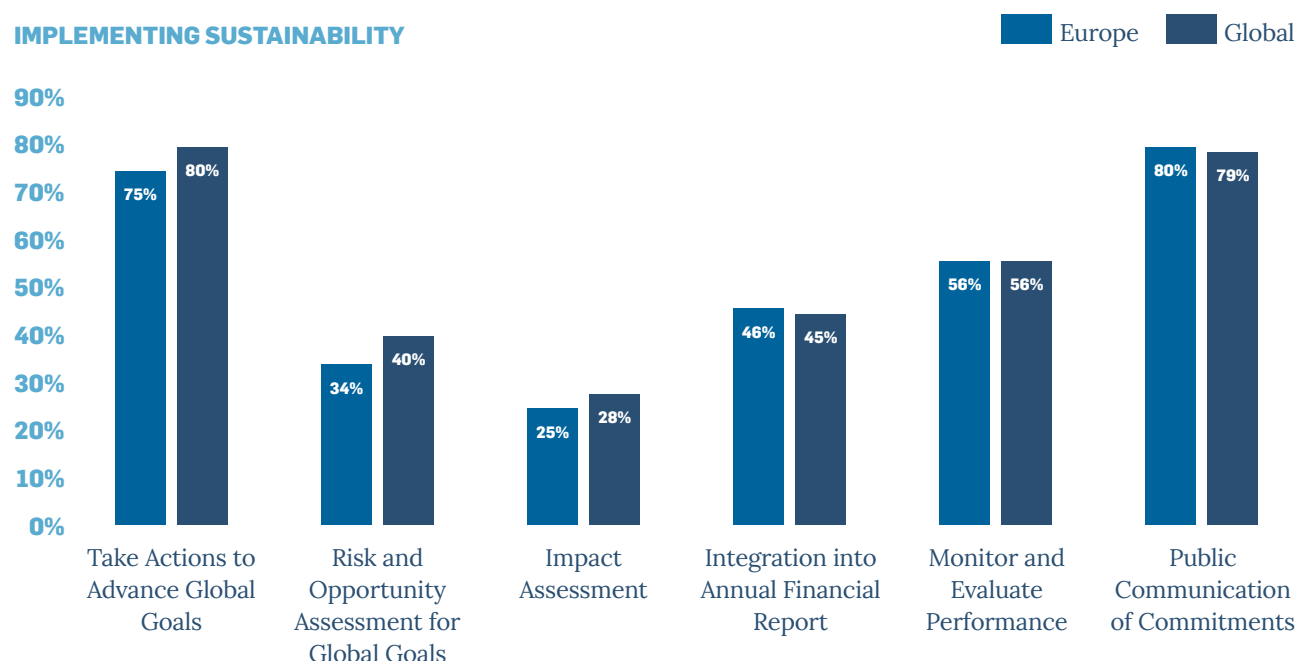
Transities nodig op het gebied van klimaat- en energie, circulaire economie en digitalisering, gericht op duurzame, samenhangende oplossingen die ook via waardeketens de wereldwijde impact vergroten.

c. *SMART koppelen & verbinden voor meer impact.*

Verbinden van ondernemers en investeerders door het versterken van 'dezelfde taal' is nodig evenals het stimuleren van partnerschappen voor het versneld opschalen van oplossingen.

IMPLEMENTING SUSTAINABILITY ON THE LEVEL OF EUROPE (E) AND GLOBAL (G)

IMPLEMENTING SUSTAINABILITY



Figuur 4. De verschillende acties van bedrijven in het kader van het implementeren van duurzaamheid in Europa en wereldwijd. Bron: UN Global Compact Annual Survey 2018 (n = 608 Europese bedrijven).



Inka Pieter, directeur MVO bij KLM en bestuurslid bij Global Compact Netwerk Nederland, zegt over de kruisbestuiving tussen grote bedrijven en MKB: *‘voor middelgrote en kleinere organisaties is het nuttig om verbinding te hebben met wat er speelt in de wereld. Het MKB is slagvaardiger en komt daardoor sneller tot innovaties; een kwaliteit die we ook op wereldschaal hard nodig hebben. Binnen UN Global Compact is ruimte voor de noodzakelijke dynamische kruisbestuiving tussen de grote corporates en MKB-organisaties. Bedrijven komen in aanraking met nieuwe markten, delen kennis en gaan deel uitmaken van communities rond specifieke thema’s als mensenrechten, water of de toeleveringsketen. Zeer boeiend en verrijkend!’*

d. Tools en reporting: door de bomen het bos blijven zien.

Algemeen geaccepteerde methodes en tools waar onderliggende consensus over bestaat zijn nodig, zeker ook die geschikt zijn voor bedrijven met een wat kleinere omvang. Benut de praktijk gids voor bedrijven over SDG reporting van UN Global Compact en GRI dat een goed handvat biedt via 3 stappen (zie ‘SDG reporting hoofdstuk 7).

In onderstaande werken we de vier *next steps* uit.

a. De schaal van bedrijven: veel diversiteit in activiteit

We zien in het netwerk dat grotere bedrijven, met meer dan 250 werknemers, vaker aangeven bij te dragen aan de SDGs dan bedrijven met minder omvang. Laatstgenoemde categorie draagt vaak net zo goed bij, maar maakt er relatief minder vaak melding van. Die bedrijven hebben vaak alle inzet nodig om de dagelijkse bedrijfsvoering te organiseren. Ook is het maken van een analyse om de eigen visie en missie van het bedrijf in lijn te brengen met de SDGs een complexe en tijdrovende bezigheid

waar niet met een ‘druk op de knop’ antwoorden op gevonden kunnen worden. Middelen, kennis en tijd ontbreekt soms ook. Tegelijkertijd zijn er vaak veel innovatieve oplossingen, juist ook bij bedrijven met een minder grote omvang en start ups, al vraagt het organiseren van financiering voor hen vaak veel tijd. Wat helpt is meer kruisbestuiving tussen de verschillende bedrijven en samenwerking binnen sectoren en in de waardeketen om stappen vooruit te blijven zetten. Ook helpt een sterke samenwerking met het maatschappelijk middenveld, kennisinstellingen en overheid.

b. Van bewustwording naar meer impact

Een ‘grote sprong voorwaarts’ constateren we als we de bijdrage van bedrijven aan de SDGs op ons in laten werken. Desondanks is er nog een wereld te winnen als het gaat om de transities die nodig zijn om de SDGs tijdig te realiseren. Op het gebied van klimaat- en energie, circulaire economie en digitalisering, gericht op duurzame, samenhangende

oplossingen die ook via de waardeketens de wereldwijde impact vergroten. Daarvoor is het versterken van bewustwording naar het vergroten van impact nodig. We herkennen de diverse gradaties in de mate waarin bedrijven bijdragen aan de SDGs:

- Bedrijven die bijdragen aan de SDGs maar dat nog niet zichtbaar maken;
- Bedrijven die bijdragen door hun diensten en producten te verbinden met de SDGs;
- Bedrijven die doelen stellen, strategische acties ondernemen, innovatieve producten in de markt zetten en partnerschappen sluiten om oplossingen op te schalen, ook via de waardeketens.

In hoofdstuk 6 delen we vele voorbeelden die deze variëteit illustreert. We zien ook in het implementeren van de verschillende acties als het gaat om duurzaamheid diezelfde variëteit terug op grond van inzichten vanuit de Europese en wereldwijde schaal. De Figuur 4 'implementing sustainability' onderstreept dat en is in lijn met ons beeld dat er veel acties worden ondernomen door bedrijven om bij te dragen aan de SDGs en er tegelijkertijd nog veel mogelijkheden openstaan om tot verdere versterking van impact te komen. Er wordt veel actie ondernomen om bij te dragen aan de SDGs en commitments worden veelvuldig gecommuniceerd. Op het gebied van onder meer impact of monitoring en evaluatie zie je dat er nog verbeteracties mogelijk zijn.

c. SMART koppelen & verbinden voor meer impact

Als we denken in termen van 'koppelkansen', mogelijkheden om te zorgen dat $1 + 1 = 3$, dan zien we kansen op twee fronten.

1. Taal investeerders en bedrijven sterker verbinden

We constateren een grote variatie aan manieren om de bijdrage aan de SDGs te laten zien. De SDGs vormen een goed kader maar de manier waarop erover wordt gecommuniceerd verschilt sterk. Dat maakt het minder makkelijk om investeerders en degene die wil investeren snel 'on speaking terms' te krijgen en te verbinden. Als er meer eenduidigheid zou bestaan over de vraag hoe de 'duurzaamheidsprestaties' van bedrijven onderling vergeleken kunnen worden, dan

is er ook meer mogelijkheid om sneller investeringen en financieringsbronnen bij elkaar te brengen. Een voorbeeld hiervan is onder meer terug te vinden bij de Green Bond Principles die een SDG mapping hebben gemaakt van het raamwerk dat door zowel bedrijven als investeerders wordt gebruikt bij de uitgifte van duurzame obligaties. Ook zien we bijvoorbeeld het initiatief [GIIN \(Global Impact Investing Network\)](#) op het gebied van impact investing positief bijdragen.

Daarnaast zijn sommige 'wereldoplossingen' die tot de mogelijkheden behoren qua producten en een goede bijdrage zouden leveren aan sommige werelduitdagingen, nog niet in de fase dat ze in de markt al financieerbaar en opschaalbaar zijn. Hoe in dat type situaties slimme koppelingen te maken is een vraagstuk waar kansen liggen. Een voorbeeld is [Grand Challenges](#), een initiatief dat innovatieve oplossingen en financiering koppelt om zo impact te vergroten, veelal op het gebied van gezondheid. Invest NL dat zich in Nederland ontwikkelt, is een ander veelbelovend voorbeeld. Ook de [SDGI \(investing\) agenda](#) vanuit financiële instellingen zet in op het versterken van duurzaam investeren. Het betreft achttien Nederlandse financiële instellingen, goed voor een beheerd vermogen van 2.800 miljard euro, die op dit thema samenwerken.

2. Partnerschappen nodig voor opschalen oplossingen

Ten tweede zien we mogelijkheden om $1 + 1 = 3$ te laten zijn via samenwerking in partnerschappen om oplossingen op te schalen. Door samen te werken met NGO's, kennisinstellingen en overheden, kun je bereiken wat alleen niet gaat. Ons netwerk neemt deel in de stuurgroep van de [SDG Charter](#), waarbinnen bedrijven, NGO's, kennisinstututen, filantropische organisaties, gemeenten en de rijksoverheid samenwerken om bij te dragen aan de SDG-agenda. De SDG Charter bereidt een implementatieroutekaart voor de SDGs voor, die wordt aangeboden aan Minister Kaag. Doel is om gezamenlijke acties te ontwikkelen die het 'doen' en 'bijdragen aan' de SDGs verder in de praktijk brengen.

Een aantal illustratieve partnerschappen, verre van uitputtend, zijn de 'human cities coalition', gericht op duurzame steden, en de community life centers, om de toegang en kwaliteit van gezondheidszorg te verbeteren op het Afrikaanse platteland. Een ander, uniek voorbeeld van samenwerking vormen de de IMVO convenanten die in verschillende sectoren tot stand komen onder begeleiding van de Sociaal-Economische Raad. De convenanten kennen twee kerndoelen:

- De situatie verbeteren op een aantal risicogebieden. Het gaat dan bijvoorbeeld om kinderarbeid, te lage beloning, mensenrechtenschendingen of milieuaantasting;
- Gezamenlijk een oplossing bieden voor problemen die bedrijven niet alleen op kunnen lossen.

Via die convenanten zijn het bedrijven die samen met andere stakeholders stappen voorwaarts zetten, die ze alleen nooit kunnen nemen vanwege de complexiteit van het vraagstuk. Door samenwerking en partnerschap ontstaat een vliegwieleffect dat leidt tot grotere impact. Het wereldwijd verder opschalen van partnerschappen om de SDGs tijdig te realiseren, is een noodzakelijke 'next step'.

d. Tools en reporting: door de bomen het bos blijven zien

Veel bedrijven vertalen hun inzet in de COPs. UN Global Compact heeft in hun jaarlijkse enquête bedrijven gevraagd wat ze van waarde vinden als het gaat om het rapporteren.

Europese² bedrijven noemen als kans bij het rapporteren:

- 'het helpt om de gemaakte commitments te integreren' (80%)
- 'verbetering corporate reputatie' (80%)
- 'toont actieve participatie binnen UN Global Compact' (71%)

Tegelijkertijd worden ook 'uitdagingen' benoemd:

- 'nog onvoldoende interne processen om te monitoren, meten en te rapporteren' (70%)
- 'gebrek aan middelen' (66%)
- 'teveel 'reporting' standaarden en frameworks' (62%).

Ook vanuit Global Compact Netwerk Nederland herkennen we dit beeld. Een gebrek aan toegankelijke en algemeen geaccepteerde methodes en tools waar onderliggende consensus over bestaat wekt zich hier, zeker ook die geschikt zijn voor het MKB. Voor je het weet zie je door de bomen het bos niet meer.

UN Global Compact en het Global Reporting Initiative (GRI) hebben deze situatie zich aangetrokken en deze zomer een praktische gids voor bedrijven over 'SDG reporting' gelanceerd met 3 stappen. In hoofdstuk 7 (zie onderdeel 'SDG reporting') delen we de link en achtergrondinformatie om bedrijven te helpen door de bomen het bos te blijven zien.

TOT SLOT

Vanuit Global Compact Netwerk Nederland bieden we een handvat aan bedrijven door:

- kennis te delen, tools en publicaties vanuit de VN en UN Global Compact te verspreiden;
- uitwisseling te stimuleren tussen UN Global Compact, de lokale Global Compact Netwerken en ons netwerk;
- het bieden van een platform waar leden elkaar kunnen vinden via tal van activiteiten;
- kruisbestuiving tussen multinationale ondernemingen en MKB;
- het Young Professional Program om jong leiderschap te stimuleren;
- Peer Round tables over specifieke SDG-onderwerpen (o.a. 'Human Rights' en 'SDG reporting');
- de SDG voortgang in beeld blijven brengen door samenwerking met tal van organisaties en initiatieven, onder meer met de Rotterdam School of Management (RSM).

²N = 608

3.2 DE UITDAGINGEN: KLIMAATOPGAVE EN MEER IMPACT ORGANISEREN

Naast next steps die moeten worden gezet zoals beschreven in de voorgaande paragraaf, is er ook een aantal uitdagingen die urgent om actie vragen om de SDGs tijdig te realiseren. De Secretaris Generaal van de Verenigde Naties (VN), António Guterres formuleerde dé wereldwijde opgave waar we voor staan in september in New York luid en duidelijk: 'Climate change is the defining issue of our time – this is the defining moment'.

De analyse van de Secretaris Generaal van de VN sluit aan bij die van het Centraal Bureau van de Statistiek (CBS) 'duurzame ontwikkelingsdoelen dichterbij gekomen' over hoe het staat met de implementatie van de SDGs in ons land. In het rapport dat daarover dit voorjaar verscheen wijst het CBS ook op de uitdaging op het gebied van milieu, klimaat en energie. Daarnaast vraagt 'ongelijkheid' in ons land onze aandacht. Onder meer het aantal vrouwen in hogere management- en leidinggevende posities blijft achter. Ook is onze 'mondiale voetafdruk' – als open en sterk exportgericht land – relatief groot. De meeste SDG-indicatoren laten voor Nederland een

positieve ontwikkeling zien volgens het CBS. Vooral de doelstellingen fatsoenlijke (degelijke) banen en economische groei (SDG 8), duurzame consumptie en productie (SDG 12) en vrede, veiligheid en rechtvaardigheid (SDG 16) laten een positieve ontwikkeling zien.

TRANSITIES EN MEER IMPACT

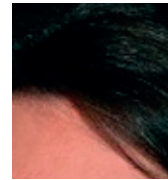
Niet alleen de klimaatopgave vraagt onze acties. Ook het vergroten van impact is nog een enorme uitdaging om alle SDGs tijdig binnen handbereik te krijgen. Rob van Tulder van de Rotterdam School of Management (RSM, Erasmus Universiteit) schrijft in zijn boek 'Business and the SDGs, a Framework for effective corporate involvement': 'as the SDG agenda was only introduced in September 2015, we are still in the first stage of adoption of the SDGs by companies'.

We zien veel enthousiasme rondom de SDGs en binnen UN Global Compact en ook in ons Nederlandse netwerk bedrijven bijdragen aan de tien Guiding Principles én de SDGs. Dat is een groot goed. Ook in de voorbeelden (hoofdstuk 6) zien we de kracht van de bedrijven terug. Tegelijkertijd weten we dat meer innovatieve doorbraken, partnerschappen en het in samenwerking opschalen van oplossingen om de impact verder te vergroten een 'must' is om de SDGs te realiseren met als doel een duurzame wereld.

UN Secretary-General António Guterres delivers remarks at the UN Private Sector Forum 2018. Photo: Joel Sheakoski / UN Global Compact.



Lise Kingo, CEO UN Global Compact stelt in het UN Global Compact Progress report 2018: 'The report offers some encouraging evidence that the private sector is stepping up to the challenge. Around 80 percent of the companies participating in the UN Global Compact are taking action to deliver on the SDGs and 66 percent are addressing the SDGs through adherence to our Ten Principles as the First essential step. (...) Now with fewer than 5000 days remaining to meet the deadline of Agenda 2030, commitments needs to translate into tangible action and impact, the measurement of which remains a challenge'.



HOOFDSTUK 4

DE SDGs ALS DÉ WERELDAGENDA TOT 2030

Dat veel actie wordt ondernomen inzake de SDGs, is al duidelijk naar voren gebracht in de voorgaande hoofdstukken. Wat daarbij ook van belang is voor bedrijven, is hoe die inzet zich verhoudt tot de businesscase. In dit hoofdstuk laten we zien welk onderzoek daar al naar verricht is en welke kansen de SDGs bieden. Daarnaast gaan we in op de dieperliggende filosofie achter de SDGs zoals die is uitgewerkt door UN Global Compact. Zij hebben de link tussen de 10 Guiding Principles en de SDGs nauwkeurig beschreven. In dit hoofdstuk gaan we daarop in. Dit mede als opmaat naar de hoofdstuk 5 en 6 waarin we de praktijkervaringen met de SDGs van de bedrijven vanuit ons netwerk delen.

‘Er is geen business case voor aanhoudende armoede. Wij hebben een kans de deur te openen naar biljoenen dollars via nieuwe markten, investeringen en innovatie. Elk bedrijf zal profiteren van werken in een wereld die rechtvaardiger en veerkrachtiger is, als we de Sustainable Development Goals realiseren.’
Paul Polman, CEO Unilever

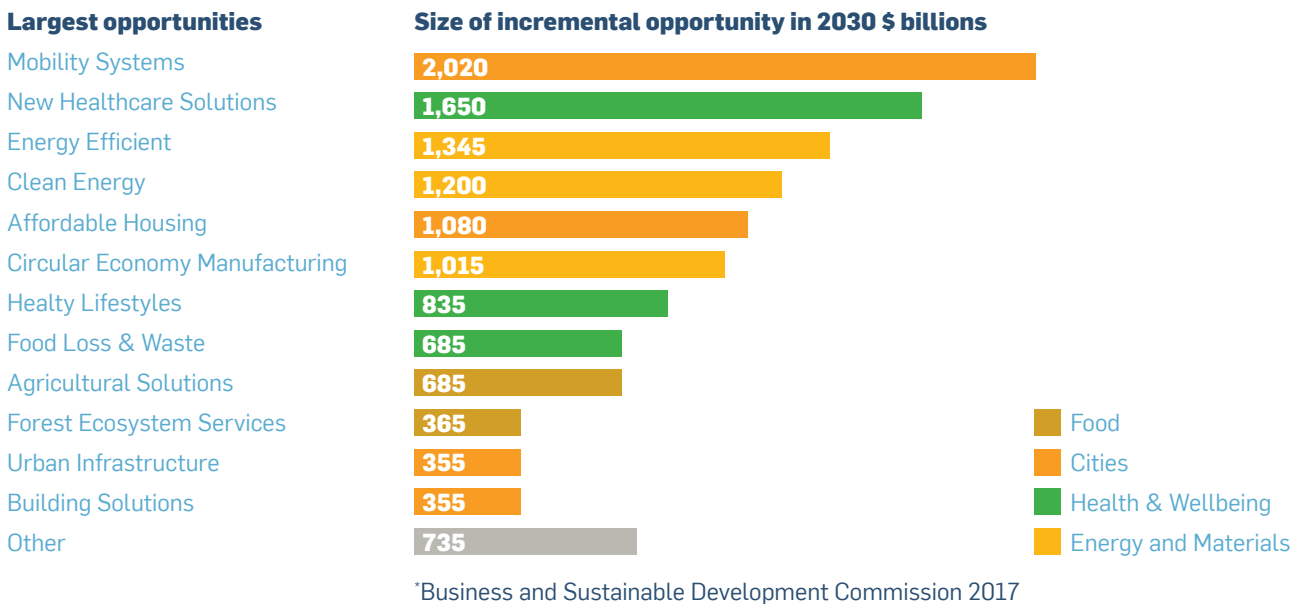
4.1 DE BUSINESSCASE

Uit diverse onderzoeken blijkt dat de SDGs niet enkel urgent zijn voor een duurzame wereld, maar ook economische kansen bieden. Het onderzoek Better Business, Better World van de Business & Sustainable Development Commission, waarin onder meer de CEO van Unilever Paul Polman deelnam, toont aan dat duurzame bedrijfsmodellen gericht op de SDGs, kansen bieden ter waarde van ten minste \$12.000 miljard tot aan 2030. Kansen die zich voordoen wanneer de SDGs daadwerkelijk worden gerealiseerd.

De kansen daadwerkelijk binnen handbereik brengen vraagt veel van het ondernemerschap maar loont. In ‘Better Business, Better World’ wordt gesteld: ‘Moving business to a sustainable growth model will be disruptive, with big risks as well as opportunities at stake. It will involve experimenting with new “circular” and more agile business models and digital platforms that can grow exponentially to shape new social and environmental value chains.’



BUSINESS OPPORTUNITY IN DELIVERING THE SDGs CAN GENERATE UP TO \$12 TRILLION WORTH OF BUSINESS VALUE



Figuur 5 geeft de kansen weer in een aantal sectoren zoals in beeld gebracht door de Business & Sustainable Development Commission in het onderzoek Better Business, Better World (2016).

Onderzoek van EY naar economisch groeipotentieel van wereldwijde maatschappelijke uitdagingen, laat zien dat er volop kansen zijn voor het Nederlandse bedrijfsleven. Om de economische kansen inzichtelijk te maken zijn voor het onderzoek een zestal investeringsclusters gedefinieerd, waarin duurzaamheid en financieel rendement voor het Nederlandse bedrijfsleven het uitgangspunt was. De mogelijkheden binnen deze clusters zijn geëvalueerd voor twintig landen. Hierbij is specifiek gekeken naar landen waar Nederland economisch sterk gepositioneerd is. Thema's die belangrijk zijn voor het behalen van de SDGs, zoals: landbouw, water, gezondheidszorg, duurzaam transport en energie, sluiten nauw aan bij de sterktes van het Nederlandse bedrijfsleven en het topsectoren beleid. In specifieke informatiepagina's per land en per investeringscluster, worden de kansen geïllustreerd, waar voor het Nederlands bedrijfsleven groot economisch groeipotentieel ligt.

Eén van de constatering als het gaat om impact is: 'dat het Nederlandse bedrijfsleven op verschillende vlakken al een grote bijdrage levert aan de implementatie van de SDGs. Dit blijkt uit de vele praktijkvoorbeelden, die soms zeer grote projecten betreffen. Voor bijvoorbeeld de Holland Branding, is het aan te bevelen om de werkelijke impact van Nederlandse bedrijven beter inzichtelijk te maken. Wanneer duidelijk is hoe verschillende Nederlandse partijen bijdragen aan de implementatie van de SDGs, zal dit ook afstralen op de BV Nederland. Ook kan het maken van deze vertaalslag naar impact dienen als extra sturingsinformatie voor de mate en richting waarin de overheid het bedrijfsleven wil stimuleren om het economische groeipotentieel te verzilveren. Er wordt onderkend dat het moeilijk is om de impact van bedrijven te meten, zeker als wordt gekeken naar zaken als ketenverduurzaming.'



4.2. SDGs ALS KANS

We zien de SDGs als kans voor bedrijven om bij te dragen aan de meest urgente vraagstukken in de wereld waar maar liefst 193 landen oplossingen voor zoeken.

De kansen zien, naast een gezonde businesscase, onder meer op de volgende aspecten:

- De SDGs vormen een gemeenschappelijke taal waarbij je weet dat alle landen openstaan voor innovaties, nieuwe producten en diensten en op zoek zijn naar samenwerking die tot oplossingen leiden voor die 17 SDGs;
- De SDGs vormen een positief kader en werken motiverend. Hoe mooi is het de wereldvraagstukken te voorzien van oplossingen en daaraan te kunnen bijdragen. Het raakt aan een andere, nieuwe mindset, aan doorbraken, aan innovatie, aan leiderschap, motivatie en inspiratie. Het gaat veel verder dan reputatie of focus op compliance. Het opent mogelijkheden voor het verbinden van je bedrijfsstrategie (intern) aan de werelduitdagingen die om oplossingen

vragen (extern), het creëren van gedeelde waarden met stakeholders en samenleving, voor: 'doing good'.

- De SDGs helpen je te laten zien hoe je bedrijf zich tot de 17 werelduitdagingen verhoudt. Dat schept helderheid voor je stakeholders en omgeving en geeft mogelijkheden in een 'herkenbare taal' je bijdrage te communiceren. Het laat je ambitie zien als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen. Interessant voor investeerders. Interessant ook voor de net afgestudeerde die meer wil dan een baan om geld te verdienen en vooral wil werken bij een bedrijf dat er maatschappelijk 'toe doet'.

In hoofdstuk 6 delen we tal van voorbeelden hoe bedrijven in ons netwerk in samenwerking met vele partners werken aan de SDGs.

4.3 SDGs, EEN OP BEGINS- SELEN GEBASEERDE AANPAK

We benadrukken dat de SDGs als kans niet op zichzelf staan. Het maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) ligt er aan ten grondslag. Daar begint het mee en vormt de basis van het ondernemen. Het implementeren van de 10 Guiding Principles binnen de bedrijfsvoering hangt daarmee samen en maakt dat 'het huis op orde' is. Het is gerelateerd aan de pijlers 'human rights', 'labour', 'environment' en 'anti-corruption'.

Daar bovenop komen de kansen die de SDGs bieden. Het geheel vormt een op beginselen gebaseerde aanpak, dat vanuit UN Global Compact de 'principle-based-approach' wordt genoemd.

We bespreken daarvoor een groot aantal tools en bronnen in hoofdstuk 7.



UN Global Compact verwoordt de connectie tussen de 10 Guiding Principles en de SDGs als volgt in het UN Global Compact Progress report 2018.

We citeren:

'For responsible business, the Ten Principles represent the fundamental values that they should embed in their business strategy and operations to guide their conduct, and the 17 SDGs describe the destination towards which we want to go – time-bound, quantitative targets to work towards.'

By defining clear objectives and targets for global society to reach by 2030, the SDGs provide a unique opportunity for business – and a source of inspiration to explore how to develop new business models, product and service innovations, and solutions to tackle the challenges outlined by the SDGs. Taking a principles-based- approach to the Global Goals by first integrating the Ten Principles ensures that attempts to make a positive contribution to the SDGs are not undermined by negative impacts that business might have as the result of neglecting its responsibilities related to human rights, labour, environment and anti-corruption.

To understand how a company can meaningfully contribute to sustainable development, it must first understand its actual and potential, direct and indirect, negative and positive impacts across its entire value chain related to all Ten Principles and 17 SDGs. By understanding and prioritizing its impacts, and taking action to prevent, mitigate and remedy any negative impacts while investing in scaling positive impacts, a company ensures it is making a positive contribution to the SDGs and sustainable development more broadly'.



DOING BUSINESS WITH RESPECT FOR HUMAN RIGHTS

Om de 'Guiding Principles on Business and Human Rights' die zien op de pijler 'human rights' te implementeren in je bedrijf, brachten Global Compact Netwerk Nederland, Oxfam en Shift de gids '[Doing Business with respect for Human Rights](#)' uit. In samenwerking met de lokale Global Compact Netwerken en Oxfam partners in Indonesië, Mexico, Turkije en Zuid-Afrika en een tiental bedrijven uit Nederland zijn case-studies verricht met stakeholders waarna 'lessons learned' zijn gedeeld. Ook is een hoofdstuk in de gids gewijd aan de link met de SDGs.



Shift, het expertisecentrum met betrekking tot de 'UN Guiding Principles on Business and Human Rights', stelt over de kansen inzake de SDGs en het 'holistic framework' dat ze ontwierpen om bedrijven te helpen analyseren welke stappen en acties je kunt ondernemen: Companies' single greatest opportunity to contribute to human development lies in advancing respect for the human rights of workers and communities touched by their value chains.'



De verbinding tussen de Guiding Principles en de SDGs zit ingenieus in elkaar. Het één gaat niet zonder het ander. Je kunt de jaarlijkse Communication on Progress (COPs) gebruiken om inzichtelijk te maken waar je staat en naartoe beweegt.



Foto (Bron: Shift): 'Overhandiging van de publicatie *'Doing business with respect for Human Rights'* van Global Compact Network Nederland, Oxfam en Shift bij de Permanente Vertegenwoordiging in Geneve, met v.l.n.r. Sarah Zoen (Oxfam USA), Roberto Stefani (Oxfam Mexico), David Vermijs (Shift), Professor John Ruggie (voormalig UN Special Representative on Business and Human Rights en voorzitter Shift), Rachel Davis (Shift), André van Heemstra (voormalig voorzitter Global Compact Network Netherlands) en Roderick van Schreven (Ambassadeur bij de Permanente Vertegenwoordiging), november 2016.

INTERVIEW MET MARK DIDDEN, AKZONOBEL

ZET DE SDGs EN BUSINESS OP EEN LIJN

In 2015 was Mark Didden aanwezig bij de ondertekening van de SDG doelen. Een 'defining moment' in mijn leven. Juist het feit dat alle landen in de wereld achter de SDGs staan is extreem krachtig. Wat dat betreft is het een geschenk vanuit de VN aan de wereld en ook aan bedrijven. Omdat we nu voor het eerst duidelijkheid hebben: zo willen we allemaal dat de wereld er in 2030 uit ziet.

De volgende dag werd het SDG Compass gelanceerd, waaraan Mark meewerkte vanuit het World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Een 5-stappen 'Guide for Business' hoe bedrijven kunnen bijdragen aan de SDGs. Sinds 2016 werkt hij bij AkzoNobel als Manager Sustainability Reporting and Continuous Improvement. Het sustainability team van AkzoNobel bestaat nu nog maar uit 10 man, maar wat nou als je 30.000 man, het voltallige personeelsbestand van AkzoNobel, meekrijgt met de SDGs? Dan maak je pas impact.

HOE VERHOUDEN DE RECENTE ONTWIKKELINGEN BIJ AKZONOBEL ZICH TOT HAAR INSPANNINGEN VOOR DE SDGs?

Het was een roerig jaar met de afsplitsing van Chemicals en een reorganisatie van het bedrijf. Maar toch heeft AkzoNobel haar inzet op duurzaamheid kunnen uitbreiden en weten te vertalen in de business strategie.

De SDGs zijn van het hoogste niveau van AkzoNobel doorvertaald naar business units, naar de sites en naar de mensen. De inzet van alle medewerkers in het bedrijf wordt nu opgenomen in persoonlijke doelen op duurzaamheid. Iedereen werkt aan verschillende doelstellingen en door duurzaamheid expliciet mee te nemen in de bonus incentives, geef je er prioriteit aan.

Mark verwacht vooral impact van Operations en Supply Chain, de mensen die werken aan 'resource producti-

vity': beter gebruik van materialen, energie efficiëntie en emissie reductie in de operaties. Voor de mensen die onze 'resource productivity' verbeteren gaat het niet alleen om minder uitstoot en lagere milieu impact, maar ook omdat het vaak een kostenvoordeel oplevert.

Van mensen die werken in Innovatie en Marketing wordt verwacht dat de SDGs worden vertaald naar meer duurzame producten door het toepassen van 'value selling', waarin de ontwikkelingsbehoefte per land centraal staat. Landen hebben verschillende

"Het helpt bij dit soort nieuwe ontwikkelingen om partnerships op te zetten."

prioriteiten als het gaat om de SDGs. Door goed in te spelen op die lokale ontwikkelingsbehoeften met onze duurzame oplossingen, kunnen we een positieve bijdrage

leveren en tegelijkertijd groei realiseren. Met 'resource productivity' en 'value selling' laten we zien hoe een positieve impact op de SDGs de bedrijfsstrategie kan helpen versnellen.

WAAROM IS HET ZO BELANGRIJK DAT SDGs EN BUSINESS DOELEN SAMEN GAAN?

Op die manier kunnen we 'shared value' creëren voor al onze stakeholders, inclusief onze klanten. Ikea heeft bijvoorbeeld aangekondigd vanaf 2030 circulair te willen zijn, dat betekent als leverancier ook wat voor AkzoNobel. Bij deze nieuwe ontwikkeling helpt het om partnerships op te zetten. Het is een misconceptie dat 'circulaire economie' gaat om hergebruik van je eigen producten. Ons afval kan input zijn voor een ander en andermans afval kan input zijn voor ons.

Vorig jaar had AkzoNobel een heel mooie partnership met Philips, Google en DSM waarbij we met zijn allen in een windpark geïnvesteerd hebben, waardoor we nu

allemaal goedkopere en groene stroom krijgen met gegarandeerde afname. Dit voordeel kon worden behaald, doordat we al veel kennis opgedaan hadden door eerdere investeringen in duurzame energie. De volgende stap voor AkzoNobel is om nu veel meer in bio-based en gerecycleerde 'raw materials' te investeren. We zien dat het nu nog alleen investeren is, maar op het moment dat het mainstream gaat worden, willen we voorop lopen en er ook financieel succes mee behalen. Het is dus voor AkzoNobel van belang dat de SDGs gerealiseerd worden, omdat ze ook deel uitmaken van onze bedrijfsdoelstellingen. Er is dus veel aan gelegen om van de SDGs een succes te maken.

De kern van dit alles is dat de SDGs in lijn komen met je business strategie. Wat je echt wilt voorkomen is dat SDGs een zij-activiteit zijn. Ga maar na, als een project zelfs geld kost, kun je dat nog wel eens doen als goede branding exercitie, maar denk je dat er echt veel in geïnvesteerd gaat worden? Nee. Maar als het iets is dat helpt kosten te besparen, je groei kan versnellen in een bepaalde markt of goede marges kan helpen genereren, dan wordt er wel in geïnvesteerd. En daar gaat het om.

HOE HELPEN DE SDGs MET HET INSPELEN OP DE TOEKOMST?

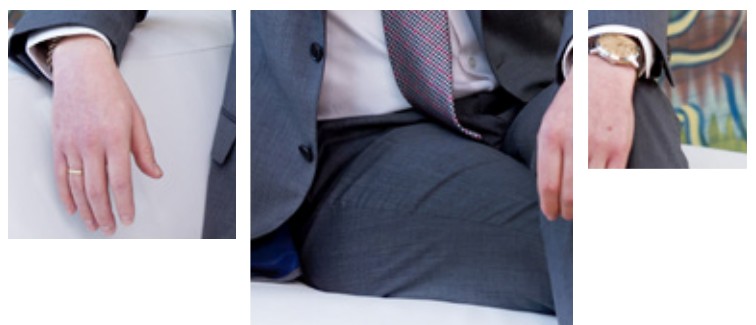
Van sommige markten hebben we een goed beeld wat op dit moment de lokale ontwikkelingsbehoeften zijn, maar hoe ziet dat er over 5 of 10 jaar uit? Daar kunnen de SDG doelstellingen bij helpen. Mark ziet de opkomende trend van 'science-based goal setting' wat je bijvoorbeeld al ziet voor klimaatverandering, waarbij bedrijven doelen stellen in lijn met de Paris Agreement. Met de SDGs hebben we voor het eerst voor alle andere onderwerpen ook zo'n stip op de horizon voor 2030. Daar kun je als bedrijf gebruik van maken en het helpt je je doelen scherper te stellen.

Maar nog belangrijker is het gebruiken van de SDGs om innovatie keuzes te informeren. Want als we de SDGs echt serieus gaan nemen en gaan halen, dan ziet de wereld er toch wel heel anders uit in 2030. En dat betekent dat je toch echt andere oplossingen op de markt moet gaan brengen. En dat betekent weer dat je nu al moet gaan nadenken waar je moet gaan innoveren. Het is een van de krachten van de SDGs, dat je er je lange

termijn ambitie op kunt afstemmen. Wanneer je al uitgaat van de situatie in 2030, ga je verder dan alleen een bijdrage leveren aan de SDGs van een paar procent per jaar. Het gaat uiteindelijk om systeemverandering en niet meer om kleine verbeteringen.

Het bedrijfsleven kan met oplossingen komen, maar het is ook aan overheden en aan financiële organisaties om duurzame bedrijven financieel succesvol te maken. 'Favouren' door regelgeving of door de financiële sector te bewegen SDG-indicatoren mee te nemen in investment decision making. Dat ontbreekt nog.

"Het gaat uiteindelijk om systeemverandering en niet meer om kleine verbeteringen."



INTERVIEW MET FREDRIC PETIT, NNRGY (VIBERS)

SUSTAINABILITY IN ELKE VEZEL



De afgelopen maanden maakte de Nederlandse Startup NNRGY - handelend onder de merknaam vibers - enorme sprongen. Onder leiding van de nieuwe CEO Fredric Petit ontwikkelt het bedrijf duurzaam papier en karton, bio-beton en bio-polymeren (een duurzamer alternatief voor plastics op aardolie basis). Geïnspireerd door de kennis van de Wageningen Universiteit en het advies om het gewas Olifantsgras te gaan gebruiken heeft NNRGY zich toegelegd op de vraag: hoe maak je van dat 4 meter hoge gras een high-tech vezel? En hoe pas je die vezel op verschillende manieren toe? Aan Fredric de taak om het bedrijf van startup naar scale-up fase te begeleiden, zodat NNRGY impact gaat maken voor haar klanten, de maatschappij en haar andere stakeholders.

WERKEN VANUIT PASSIE

Fredric werkte bijna 25 jaar bij DSM in het spanningsveld tussen business, innovatie en sustainability vanuit zijn passie: “sustainability as a business growth driver”. Bij DSM was ik in 2010 de eerste Sustainability Director in de business, met als doel ‘sustainability’

concreet maken en vertalen naar ‘value propositions’ en ‘customer needs’. Bio-based, schadelijke stoffen, recycling en eco-efficiency (LCA) waren de pilaren onder onze strategie.

Veel collega's wilden aansluiten bij mijn team. In plaats

“Gelukkig zit sustainability al bij steeds meer mensen in hun vezels.”

van een groot team te bouwen, was mijn uitdaging iedereen, in inkoop, research, productie en verkoop, te laten zien hoe zij vanuit hun eigen rol en verantwoordelijkheid konden bijdragen aan het verlagen van de footprint van DSM

en nog belangrijker van onze klanten en producten.

Door sustainability te integreren in het bedrijf, zijn we erin geslaagd veel nieuwe business binnen te halen.

En met hogere marges. Door nu bij een startup te werken, kan ik de kennis en ervaring die ik al die jaren heb opgebouwd, heel concreet toepassen.

KRACHT VAN EEN JONG BEDRIJF

De aanleiding voor onze oprichter Jan-Govert van Gilst om NNRGY te starten was een vakantie op het eiland Borneo, waar hij met eigen ogen zag hoeveel bos gekapt is en nog steeds verdwijnt, veelal om ruimte te maken voor zogeheten energiegewassen die vervolgens op transport de hele wereld over gaan. Op diezelfde vakantie zag hij stranden vol met plastic. Hij stelde de vraag: wat kan ik daar aan doen? En kwam vervolgens in actie.

En dat is de kracht van een startup als NNRGY: het vermogen om tot actie te komen. “Het gewoon doen”.

En dat betekent vooral: risico nemen. Ondernemen is gecalculeerde risico's nemen. Grote bedrijven zijn daar toch vaak terughoudend in en startups durven en proberen meer. Dat moet ook wel als jong bedrijf

om te slagen. Signalen zien, goed inspelen op de vraag in de markt en wat jij kunt bijdragen daaraan. Dat is fantastisch!

VEEL BELANGRIJKER DAN EROVER PRATEN, IS HET GEWOON DOEN!

NNRGY is ontstaan vanuit een maatschappelijk probleem, waarbij sustainability vanaf dag 1 onderdeel was van de business. De SDG's waren toen nog niet expliciet aan de orde, maar voor Fredric is dat niet de eerste prioriteit. Die SDG's zijn fantastisch en geven aan waar we met de wereld naar toe moeten. Maar wat belangrijker is dan erover praten, is het gewoon doen! Ik wil duurzame materialen ontwikkelen en daarmee impact maken.

Bedrijven hebben de verantwoordelijkheid om producten te ontwikkelen die een toegevoegde waarde hebben voor de maatschappij. Sustainability is daarom voor mij veel meer dan CSR: de kennis-, en innovatiekracht van je bedrijf inzetten om producten te ontwikkelen die het verschil maken voor een maatschappelijke uitdaging. En natuurlijk waarmee het bedrijf geld kan verdienen. Dat geld kun je weer gebruiken om opnieuw te investeren en te innoveren in een volgende, nog betere, oplossing.

UITDAGINGEN

Fredric merkt dat de grote interesse voor de producten van NNRGY, ook wordt gevoed door de maatschappelijke druk die brand owners en retailers voelen. Er is veel verwarring in de industrie. Kies je voor biodegradeerbaar, recycling, biobased of composteerbaar? En wat betekenen al die verschillende begrippen? Hierin is een duidelijk onderscheid te maken tussen de koplopers en de afwachters. De koplopers hebben de kansen en mogelijkheden al gesignaleerd en komen in actie. Zij begrijpen dat elke transformatie onzekerheid brengt en dat er keuzes moeten worden gemaakt en dat hiervoor durf nodig is. Vanuit een heldere doelstelling en 'purpose' van het bedrijf, maken zij stappen. Helaas zijn er nog (te) veel afwachtende spelers die zich verschuilen achter de

complexiteit en meerkosten en graag vasthouden aan het oude en vertrouwde.

Natuurlijk is de materie complex, zijn er verschillende belangen en is er geen eenduidig antwoord wat nou de meest duurzame materialen oplossing is. Dit hangt af van de toepassing, de eisen en het end-of-life-scenario. Inzicht en samenwerking met bedrijven en met academia, policy makers en NGO's, is daarin een belangrijke stap. Samen moet je ergens komen, je kunt het als bedrijf niet alleen.

Grote bedrijven moeten nog meer durven kijken naar wat nodig is voor de SDG's. Meer loskomen van de eigen geschiedenis, assets en businessmodellen. Veel bedrijven starten specifieke SDG-gerelateerde projecten, waar ze veel ruchtbaarheid aan geven. Het percentage op hun totale omzet (en van de winst helemaal) is vooralsnog beperkt. Wat je zou willen is dat SDG's nog meer mainstream worden. We zijn wel van praten naar doen gegaan, maar dat doen is nog klein en zeker nog geen mainstream. Gelukkig zit sustainability al bij steeds meer mensen in hun vezels.

OLIFANTSGRAS (MISCANTHUS GIGANTEUS)

Olifantsgras wordt in Nederland al jaren verbouwd voor veevoer, stallen en als biomassa bijstook in energiecentrales. Bijzonder aan het gewas is dat het heel veel CO₂ opneemt, meer dan het equivalent aan bomen op dezelfde oppervlakte. Het heeft zeer weinig water, en geen meststoffen en pesticiden nodig. Je kunt het daardoor gemakkelijk laten groeien op braakliggende terreinen (arme grond). En je hoeft maar een keer te planten en je kunt tot 20-30 jaar oogsten.

INTERVIEW MET LINDA MIDGLEY, PWC

SDG REPORTING VOOR BEDRIJVEN

Linda Midgley is Senior Manager bij PwC en was tot voorkort betrokken bij het GRI/ UN Global Compact Action Platform: Business Reporting on the SDGs. Vanuit dit Action Platform heeft zij bijgedragen aan een tweetal publicaties, waarvan de laatste uitkwam uit op 1 augustus van dit jaar. Het helpt bedrijven in drie stappen de SDGs te verankeren in het rapportageproces.

WAAROM BEN JE BETROKKEN GERAAKT BIJ DIT ACTION PLATFORM?

Het mooie aan de SDGs is dat we voor het eerst een gezamenlijke taal hebben. De gemeenschappelijke doelen geven een kader om op voort te bouwen. Een van de uitdagingen bij duurzaamheidsverslaggeving is dat je de impact van verschillende bedrijven moeilijk kunt vergelijken of bij elkaar kan optellen. Dit kan alleen met gemeenschappelijke indicatoren. De 232 SDG indicatoren zijn weliswaar voor iedereen gelijk, maar richten zich vooral op landen. Wat Linda het liefst zou zien is dat er ook voor het bedrijfsleven gemeenschappelijke indicatoren tot stand komen.

Voor PwC en voor Linda in het bijzonder, is dit de aanleiding geweest om eind 2016 ondersteuning te bieden aan het Action Platform. De doelstelling van het Action Platform was het maken van een vertaalslag op de SDGs specifiek voor het bedrijfsleven. Dit heeft geleid tot onder andere twee publicaties om bedrijven te ondersteunen met het rapporteren op de SDGs.

WAT IS DE MEERWAARDE VAN DEZE PUBLICATIES?

De SDGs zijn onder andere verankerd in de UN Guiding Principles for Business and Human Rights. In deze principes wordt gerefereerd aan het concept “Saliency” om risico’s te identificeren. Het innovatieve van de Practical Guide is dat het principe van Materialiteit vanuit de GRI Standards (breed toegepast door bedrijven in hun duurzaamheidsverslaggeving) en het proces van Saliency bij elkaar worden gebracht in één proces. Dit legt de basis voor het integreren van Human Rights reporting (nu vaak een apart verslag) met het overall duurzaamheidsverslag, wat uiteindelijk de zogenaamde “reporting burden” vermindert.

Het eerste rapport “[Business Reporting on the SDGs: an analysis of the goals and targets](#)” (2017), kan worden gezien als een menu voor bedrijven om te kiezen uit de verschillende SDG subdoelen. Voor elke SDG is op basis van onderzoek en multistakeholder input bepaald welke subdoelen het meest relevant zijn voor het bedrijfsleven, en worden voorbeelden gegeven van acties die het bedrijfsleven kan nemen om hiermee aan de slag te gaan. Tot slot zijn voorbeeld indicatoren opgenomen vanuit bestaande rapportage frameworks, en eventuele gaps waar geen indicatoren bestaan.

Er zijn bewust geen nieuwe indicatoren bepaald, om te bouwen op de frameworks en standaarden die er al zijn.

In de tweede publicatie “[Integrating the Sustainable Development Goals into Corporate Reporting: A Practical Guide](#)” (2018) gaat het om de “hoe-vraag”: hoe integreer je als bedrijf de SDGs in jouw bestaande rapportageprocessen? Het geeft een drietal stappen aan die er samen voor zorgen dat bedrijven SDG prioriteiten kiezen, zonder SDG-washing toe te passen, en hun voortgang op de SDGs monitoren om uiteindelijk betere prestaties en impact te realiseren.

RAPPORTEREN VANUIT GEMEENSCHAPPELIJKE INDICATOREN VOOR HET BEDRIJFSLEVEN

Ik vind het vooral heel leuk als mensen zeggen dat ze de publicaties als naslagwerk gebruiken om aan de slag te gaan met SDG reporting of om hun rapportages te verbeteren. Laatst was er iemand die de Analysis doorbladerde, op zoek naar inspiratie voor indicatoren om over te rapporteren. Dat is precies waar het voor bedoeld is. Door interne en externe verslaggeving meet je voortgang en impact. Zodat reporting vervolgens weer (steeds ambitieuzere) actie drijft. Zo is het ook voor reporting op de SDGs. Dit leidt uiteindelijk ook tot minder risico, lagere kosten, meer groei door nieuwe business modellen en meer vertrouwen van stakeholders. Reporting is een stimulans, omdat je kunt inzien of je de acties die je wilde uitzetten, ook echt aan het uitvoeren bent en of ze wel of niet het juiste resultaat hebben. Wat de SDGs hieraan toevoegen is dat je rapporteert in een gemeenschappelijke taal, die herkenbaar is voor een brede groep stakeholders, van investeerders tot medewerkers.

WAAR STAAN WE ALS HET GAAT OM SDGS EN WAT IS NODIG OM ZE TE REALISEREN?

We zouden het hebben over de positieve ontwikkelingen, toch? Vraagt Linda. Want volgens haar is het vrij duidelijk dat we niet on track zijn richting 2030. Wat moet gebeuren is nu echt aan de slag gaan. Reporting is daar een van de sleutels in (maar zeker niet de enige). Eigenlijk is het woord reporting misleidend, want iedereen denkt daarbij aan een extern verslag, een uitkomst van wat je doet. Maar belangrijker is de rol van interne managementrapportages. Zo kan je jezelf de vraag stellen of je op de goede weg bent, en of je moet bijsturen. SDG Reporting is veel meer dan een extern verslag. Het is een middel om een bedrijf te mobiliseren.

SDG REPORTING IS EEN MIDDEL OM EEN BEDRIJF TE MOBILISEREN

Wat nog te veel gebeurt is dat bedrijven kijken naar wat ze al doen voor de SDGs en vervolgens daar-

over communiceren. Linda vindt dat nog te weinig wordt gekeken naar wat je vervolgens nog extra kunt bereiken. Niet alleen vanuit goed doen voor de wereld, maar met een business motive: welke nieuwe businessmodellen heb ik? Wat is de cultuur in mijn organisatie? Wat is the tone at the top? En hoe zitten mijn processen in elkaar? Omdat we nu eigenlijk achterlopen op schema vraagt dat van ons dat we steeds ambitieuzer worden op de dingen die we al doen en vooral ook dat we gaan inzetten op wat we nog niet doen. Dat betekent zodra iets business as usual wordt, doorpakken naar het volgende.

ZOU JE WILLEN INZETTEN OP MEER REPORTING?

Niet zozeer meer reporting, maar meer integratie van SDG Reporting in bestaande reporting processen. Het stellen van SDG prioriteiten en rapporteren op indicatoren wordt al steeds meer gedaan door bedrijven, maar de echte integratie van SDGs in strategie loopt achter. Wat ik graag zou zien is het integreren van de SDGs in de bedrijfsstrategie en dus ook in interne managementrapportages.

“We hebben nu voor het eerst een gezamenlijke taal.”



Dit is iets waar PwC zelf ook mee bezig is: hoe kunnen we er voor zorgen dat iedere PwC medewerker weet wat de SDGs betekenen voor zijn of haar werk? PwC heeft daarom een SDG e-learning gelanceerd voor alle medewerkers. Het is een start, maar het doel is duidelijk: dat de SDGs volledig geïntegreerd zijn in de denkwijze van iedere medewerker en dus 'daily business' zijn.

INTERVIEW MET CHRISTINE WORTMANN, VOLKERWESSELS

STEL DE VRAAG: WAT IS ONS GEZAMEN- LIJKE DOEL?

Tijdens mijn opleiding Internationaal Milieurecht kwamen veel van de thema's van de SDGs al voorbij. Ik vind het mooi om te zien dat wat toen nog theoretisch was, nu het gesprek van de dag is. Als duurzaamheidsadviseur bij VolkerWessels werk ik samen met de duurzaamheidsmanager aan duurzaamheidsbeleid. De vraag 'hoe zorgen we dat duurzaamheid in de organisatie echt gaat leven?' staat daarin centraal.

HOE PAK JE ZO'N GROOT VRAAGSTUK AAN?

Het antwoord is niet zo makkelijk in één zin te geven; dit gaat namelijk om het veranderen van een organisatie, en dat is een complex en meerjarig proces. Actueel bij VolkerWessels is aansturing van de organisatie op duurzaamheid. VolkerWessels is decentraal georganiseerd. Onder het bedrijf opereren meer dan 100 bedrijven met elk een eigen naam en logo. Hoe kun je als bestuursvoorzitter van VolkerWessels de verschillende directeuren aanspreken op duurzaamheid? Met als doel duurzaamheid, vertalen naar iedere functie. Dit is de volgende professionaliseringsslag die VolkerWessels wil maken. Financieel sturen op basis van KPI's, dat kunnen we, maar hoe stuur je op duurzaamheid?

Onze Maatschappelijke Raad van Advies is in het leven geroepen om hierbij te helpen. Een samenwerking met Het Groene Brein, een netwerk van meer dan 100 wetenschappers op het gebied van duurzaamheid. Elk jaar nodigt VolkerWessels drie leden uit om deel te nemen in de Maatschappelijke Raad van Advies, om het bestuur te adviseren op het gebied van duurzaamheid. Dit jaar was de centrale vraag: hoe breng je duurzaamheid in de organisatie op alle niveaus (Raad van Bestuur, directie, project en medewerker) en wat is daarvoor nodig?

Het zou ook interessant zijn om hierover met andere bedrijven in gesprek te gaan. Dat zie ik nog niet zo heel veel in 'duurzaamheidsland'. Vaak gaat het over welke KPI's we kiezen, maar niet over hoe je je organisatie daarop inricht. Daarin zou Global Compact als netwerk een rol kunnen spelen.

HOE ZET VOLKERWESSELS ZICH NOG MEER IN VOOR DE SDGs?

VolkerWessels werkt steeds meer vanuit zogeheten 'BouwHubs'. Dat zijn locaties aan de rand van de stad waar materiaal en materieel wordt verzameld en de mensen bijeen komen. En van waaruit materiaal in een keer naar de bouwplaats in de stad wordt gebracht in een energiezuinige vrachtwagen of over water. Elke rit gaat precies op tijd en met een volle vracht. VolkerWessels bouwt veel in steden en dat heeft grote impact op de mensen in de stad. Bouwplaatsen in de stad zorgen nu eenmaal voor overlast. Door alle activiteiten vanuit een 'hub' slim en duurzaam te organiseren wil het bedrijf haar negatieve impact op de stad verbeteren. Daarnaast zijn er in de projecten zelf ook veel kansen te benutten om de levenskwaliteit in de stad positief te beïnvloeden. Denk bijvoorbeeld aan energieneutrale en gezonde gebouwen en het gebruik van groen.

Onze duurzaamheidsvisie richt zich op levenskwaliteit: 'Bouwen aan een betere levenskwaliteit'. We vragen ons bijvoorbeeld af hoe we onze impact op gezondheid kunnen meten. Dat zijn niet het soort vragen waar we ons van oudsher mee bezighouden, en die vraag kunnen we dus ook niet alleen beantwoorden. Maar dit zijn wel de vragen waar we het als bedrijf over willen hebben. Daarom werken we steeds meer met kennisinstituten, die op hun beurt blij zijn



om met de praktijk aan de slag te gaan. Je merkt dat je partnerships met andere soorten organisaties nodig hebt.

Samen met TNO meet VolkerWessels het effect van de 'BouwHubs'. De 'hubs' dragen bij aan de efficiency, het is financieel beter, vermindert de overlast en is beter voor het milieu. Daarbovenop maakt het het werk van de medewerkers makkelijker. Dit draagt bij aan de doelen van de duurzaamheidsvisie van VolkerWessels, maar ook aan de business.

De volgende stap is om van deze hubs ook 'circulaire hubs' te maken, waar grondstoffen en afvalstoffen van de bouwplaats verzameld worden, en wordt gekeken hoe we de afvalstromen weer als grondstoffen kunnen inzetten. Dit gaan we voor het eerst in Amsterdam doen. Essentieel daarbij is dat we goede kennis hebben over de grondstoffen die we op de 'hub' verzamelen. Daarom zetten wij ook vol in op het Materialenpaspoort: alle informatie over materialen en circulariteit geborgd op een plek.

HOE ZOU JE DE SDGs NOG BETER KUNNEN TOEPASSEN IN HET BEDRIJFSLEVEN?

VolkerWessels gaat in de toekomst nog veel meer in steden bouwen. De 'Bouwhubs' innovatie sluit daarom goed aan bij de lange termijn strategie van het bedrijf.

De SDGs helpen ons focus aan te brengen, te controleren of we in lijn zijn met de SDGs en bieden een gemeenschappelijke taal om aan anderen uit te leggen wat we doen. Daarmee creëren SDGs gezamenlijkheid en geven het eindpunt aan waar we met elkaar naartoe gaan. Wat dan wel belangrijk is, is om met partners en stakeholders het gesprek aan te gaan over die gezamenlijkheid. En de vraag stellen: wat is ons gezamenlijke doel?

'Hoe we onze impact op gezondheid kunnen meten?' is een vraag waar we het als bedrijf over willen hebben

Samenwerking met overheden is voor VolkerWessels belangrijk, omdat overheden vaak opdrachtgever zijn van onze projecten. Het is belangrijk om dan samen het gesprek te hebben over wat je gezamenlijke doel is en hoe je die samen gaat halen. Daar zijn we bij

VolkerWessels al best lang mee bezig, maar dit is echt lastig. Het vraagt van beide partijen (opdrachtgever en opdrachtnemer) om meer in een partnerschap te werken. En dat je erkent dat je beide zoekende bent. In de praktijk vraagt dat om een andere houding bij aanbestedingen, inkoop of contracten. Het gaat een stap verder dan de gebruikelijke klant-leverancier of klant-uitvoerder relatie. Daarin kunnen bedrijfsleven en overheden nog stappen zetten.

HOOFDSTUK 6

VOORBEELDEN VAN LEDEN: HET WERKEN AAN DE SDGs IN DE PRAKTIJK

Hoe werken de bedrijven en organisaties in het Nederlandse netwerk aan de SDGs? In dit hoofdstuk delen we talrijke voorbeelden, niet alleen van bedrijven maar ook van ons lid de Gemeente Leeuwarden, NGO's als Cordaid en MasterPeace en de organisaties AIESEC Nederland en JCI. Een rijke variatie die uitnodigt om elkaar hierover te bevragen en nog meer samen op te trekken. Ter inspiratie!



ABN AMRO

In juli 2018 lanceerden ABN AMRO, ING en Rabobank gezamenlijke financiële richtlijnen voor de circulaire economie (Circular Economy Finance Guidelines). Dit initiatief kwam voort uit de ambitie om een gedeeld framework te creëren om wereldwijd de circulaire economie te financieren. De richtlijnen zijn een antwoord op de toenemende vraag naar een eenduidige taal die beter inzicht kan geven in de financiële scope van de circulaire economie en hebben als doel dergelijke financiering wereldwijd te stimuleren. De Circular Economy Finance Guidelines zijn bedoeld om de belangrijke rol die financiering speelt in deze transitie te promoten en verder te ontwikkelen. Financiële instellingen spelen een belangrijke rol in de transitie van lineaire naar circulaire economie, omdat laatstgenoemde zal zorgen voor een verscheidenheid aan nieuwe bedrijfsmodellen die vragen om nieuwe vormen van financiering. Deze richtlijnen dragen bij aan SDG 12: responsible consumption and production. Download the Circular Economy Finance Guidelines op de websites van [ABN AMRO](#), [ING](#) en [Rabobank](#).

AHOLD DELHAIZE

Ahold Delhaize [draagt bij](#) aan de verdere realisatie van de SDGs. Essentieel voor het behalen van de doelen zijn partnerships. In Nederland werkt Albert Heijn nauw samen met een aantal partijen. Zo is één van de partners Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG) en inspireert Albert Heijn jongeren meer te bewegen en gezond te eten, ook middels het “Ik eet het beter” lesprogramma op basisscholen. Voedselverspilling voorkomen en reduceren is tevens een belangrijk onderwerp en daarom is Albert Heijn aangesloten bij de Taskforce Circulaire Economie, met als doel verspilling in 2030 te halveren. Een ander voorbeeld is de wereldwijde samenwerking met Voedselbanken in alle markten waarbij Albert Heijn één van de donateurs is. Samen met partners binnen de Green Protein Alliance stimuleert Ahold Delhaize dat Nederlandse consumenten meer plantaardige eiwitten gaan eten.

AIESEC NEDERLAND

AIESEC is een wereldwijd platform voor jongeren om leiderschap in zichzelf te ontwikkelen. Een apolietieke, onafhankelijke, non-profit organisatie

gerund door studenten en recent afgestudeerden. Leden zijn geïnteresseerd in wereldproblemen, leiderschap en management. Het afgelopen jaar organiseerde AIESEC Nederland het project [World's Largest Lesson](#): end extreme poverty - fight inequality and injustice - tackle climate change. Een initiatief om de SDGs te introduceren aan scholieren om vervolgens in actie te komen voor de SDGs. Op 14 maart hebben AIESEC'ers middelbare scholen bezocht in tien verschillende steden om daar in totaal voor 2000 scholieren een [sessie](#) te verzorgen over de SDGs. Komend jaar zal AIESEC dit project opnieuw te organiseren op 13 maart, met als doel een publiek van 3000 scholieren.

AKZONOBEL

AkzoNobel brengt haar duurzame initiatieven zoveel mogelijk in lijn met de SDGs en stimuleert een rol voor de private sector bij het realiseren van de SDGs, zo is het bedrijf lid van de ‘Dutch Sustainable Growth Coalition’. Onder leiding van AkzoNobel en Solvay heeft de ‘World Business Council for Sustainable Development’ met een aantal andere industrie-groepen en chemiebedrijven het afgelopen jaar een ‘[Chemical Sector SDG Roadmap](#)’ opgesteld. De roadmap laat zien hoe de sector met de grootste mogelijke impact kan bijdragen aan de SDGs en hoe geza-

menlijke actie kan worden opgeschaald. Het bedrijf richt zich op programma's die zorgen voor een beter gebruik van grondstoffen voor verf en coatings producten en die extra waarde creëren voor de klanten. Bijvoorbeeld doordat met een speciale coating die door het voorkomen van algenvorming ervoor zorgt dat een schip minder brandstof verbruikt, of verf die de luchtkwaliteit binnenshuis verbetert. Ook wordt verder ingezet op circulariteit en een duurzame product portfolio. Daarnaast worden gemeenschappen en steden geholpen om hun buurten op te waarderen, door gebouwen te verven en deze daarmee van kleur en bescherming te voorzien, waarbij ook leden van de gemeenschap getraind worden.



ARCADIS

Arcadis adviseert anderen op duurzaamheidsaspecten en logistiek. Zo zijn ze in de Australische stad Sydney betrokken bij de ontwikkeling van Moorebank, een nieuw logistiek centrum. Dit draagt bij aan SDG 9 Industrie, Innovatie en Infrastructuur en SDG 11 Duurzame Steden en Gemeenschappen en betreft een investeringssom van meer dan AU\$ 150 miljoen en leidt tot een afname van de hoeveelheid broeikasgassen. Dit wordt gerealiseerd door de aanleg van een spoorverbinding ter vervanging van het huidige vervoer met vrachtwagens. Hierdoor wordt in 2030 een dagelijkse reductie gerealiseerd van 150.000 vrachtwagenkilometers op de straten van Sydney (73.000 ton CO₂ besparing per jaar), wordt het transport over langere afstanden verkort met 93.000 kilometer per dag (41.000 ton CO₂ besparing per jaar) en levert het logistiek centrum 65 miljoen kwh per jaar aan zonne-energie.

ASR

In de rol als duurzame belegger (alle SDGs, specifiek SDG 7 en 13), ligt de nadruk op de duurzame bijdrage aan de maatschappij, bijvoorbeeld door te investeren in duurzame energie en maatschappelijke ondernemingen. Anderzijds investeert a.s.r. niet in wapenhandel en de tabaksindustrie. Een voorbeeld voor SDG integratie in het a.s.r. beleggingsproces is de lancering van een staatsobligatiefonds met specifieke eisen gekoppeld aan de SDGs.



In de rol als duurzame verzekeraar (SDG 3, 8 en 13) zet a.s.r. in op het verduurzamen van haar verzekeringsproducten en diensten. Zo is er bij Schade een klimaat comité opgericht dat maatregelen en oplossingen voor klimaatverandering bedenkt voor zowel klanten als voor a.s.r.

In de rol van duurzame werkgever (SDG 5 en 8) streeft a.s.r. naar een inclusieve cultuur, waarin verschillen tussen medewerkers worden herkend, gewaardeerd en benut. a.s.r. wil in 2026 minimaal 70 mensen met een arbeidsbeperking in dienst hebben.

In de maatschappelijke rol (SDG 1, 7 en 8) wordt via de a.s.r. foundation gewerkt aan financiële educatie voor kinderen en jongeren en ook aan hulp bij huishoudens met (een risico op) problematische schulden.

CINOP

CINOP werkt integraal aan verschillende SDGs waarbij de focus ligt op 'quality education'. Met kwaliteitsverbetering van het beroepsonderwijs zowel nationaal als internationaal, draagt CINOP ook bij aan de andere 16 vastgestelde doelen. Wereldwijd brengt CINOP het bedrijfsleven, de overheid en onderwijsinstellingen samen om de toekomstige generatie klaar te stomen voor de wereld van morgen.

CINOP is toonaangevend strategisch partner in vraagstukken rondom flexibilisering, arbeidsmarkt-leren en professionalisering en haar activiteiten variëren enorm. Bijvoorbeeld het organiseren van een internationaal handicap en studie-congres, kennisdeling op het gebied van inclusief onderwijs, stimuleren van scholen de VN Conventie inzake personen met een handicap te ondertekenen, didactische training in Benin en verbetering van examinering in Ghana.

Deze jarenlange kennis en expertise zorgt ervoor dat beroepsonderwijs en de behoeften van de arbeidsmarkt bij elkaar aansluiten. Zo wordt bijvoorbeeld de agricultuur, watermanagement, zorg, techniek en de bouwsector verbeterd om de toekomstige generatie meer handvaten en eigenaarschap te bieden in de inrichting van échte duurzame ontwikkeling.

CORBION

Het bedrijf is o.a. actief op het gebied van melkzuur en melkzuurderivaten en leverancier van emulgatoren, functionele enzymenmixen, mineralen, vitamines en uit algen gewonnen ingrediënten. Er wordt ingezet op duurzame ingrediënten die de kwaliteit van leven verbeteren voor mensen nu én voor toekomstige generaties. In 2017 is de strategie afgestemd op de SDGs waarbij vooral wordt bijgedragen aan Zero hunger (SDG 2) en Responsible production and consumption (SDG 12). Met oplossingen voor houdbaarheidsverlenging, voedselveiligheid en gezonder voedsel wordt bijgedragen aan het verbeteren van voedselzekerheid. Zo is brood een van

de meest weggegooidde levensmiddelen en de houdbaarheidsoplossingen voor bakkerijproducten helpen dit te verminderen. Oplossingen voor voedselveiligheid kunnen het risico van listeria-besmetting verminderen.

SDG12 gaat onder andere over de circulaire economie. De biobased chemicaliën en materialen van Corbion spelen een sleutelrol in de overgang naar een circulaire economie. Ze worden gebruikt als vervangers voor op aardolie gebaseerde producten in diverse markten zoals farma, elektronica, schoonmaakmiddelen, persoonlijke verzorging, landbouw, coatings, kleefstoffen en oplosmiddelen. Daarnaast produceert het bedrijf melkzuur voor bioplastics. De in 2016 opgerichte joint venture Total Corbion PLA zet melkzuur om in polymelkzuur of PLA, een biologisch afbreekbaar plastic. PLA vermindert het gebruik van traditionele fossiele plastics en is gemaakt van hernieuwbare grondstoffen – suikerriet – die CO₂ absorberen tijdens de groei. Deze bioplastic kan worden hergebruikt en gerecycled, is composteerbaar en draagt daarom bij aan de circulaire economie.

CORDAID

Cordaid draagt bij aan verschillende SDGs.

SDG 1 en SDG 10: Cordaid heeft programma's in en buiten Nederland gericht op armoedebestrijding en ongelijkheid. In Nederland wordt sociaaleconomische inclusie en zelfredzaamheid van mensen met lage inkomens en/of een afstand tot de arbeidsmarkt vergroot via ondersteuning van sociale coöperaties en coöperatief ondernemerschap.

SDG 3: Cordaid ondersteunt programma's gericht op het versterken van gezondheidssystemen, onder andere door het gebruik van result based financing.

SDG 5: Cordaid heeft programma's gericht op de participatie van vrouwen in vrede en veiligheidsprocessen.

SDG 8: Cordaid Investments (CIM BV) draagt bij aan financiële 'inclusion' en werkt daarin samen met financiële instituten aan duurzame investeringen in voedselzekerheid, rurale ontwikkeling en toegang tot gezondheidszorg.

SDG 13: Cordaid draagt bij aan het tegengaan van klimaatverandering en het vergroten van de weerbaar-

heid van gemeenschappen tegen rampen en crises.

Cordaid prioriteert fragiele contexten.

SDG 16: Peace, Justice and Strong Institutions fungeert als leidraad voor onze programma's en beleidsbeïnvloeding. Daarnaast heeft Cordaid specifieke programma's gericht op veiligheid van burgers en toegang tot recht.

SDG 17: Cordaid neemt deel aan een aantal multi-stakeholder partnerschappen.

DELOITTE

Deloitte maakt een 'impact that matters', ook op het gebied van de Sustainable Development Goals. Deloitte heeft zich gecommitteerd om een actieve bijdrage te leveren aan diverse SDGs middels verscheidene initiatieven en projecten. Zo wordt kennis, energie en talent van Deloitters maximaal benut



middels de Deloitte Impact Foundation. Met projecten zoals de Ocean Clean-up, het Nationaal Geldexamen en de SDG Quickscan zetten Deloitters zich collectief in voor de

maatschappij en ook voor de SDGs. Deloitte heeft ook het wereldwijde programma 'World Class', dat in ieder land Deloitte's lokale inspanningen samenbrengt in een global ambitie, en zich focust op SDG 4 en 8.

Met het oog op de groeiende digitalisering en globalisering wordt samengewerkt met bedrijven, overheden en onderwijsinstituten om individuen de kans te geven zich te ontwikkelen en de vaardigheden te leren die nodig zijn om succesvol te worden in de steeds veranderende wereld.

Deloitte is al jaren Knowledge Partner van de Social Progress Imperative; een NGO die als doel heeft sociale welvaart meetbaar te maken met de jaarlijkse Social Progress Index, welke middels 12 indicatoren en 50 componenten de welvaart van meer dan 100 landen meet. Meer weten over Deloitte en de Sustainable Development Goals? Kijk dan [hier](#).

DUTCH SUSTAINABLE GROWTH COALITION (DSGC)

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 onderleiding 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 energievoorziening, grondstof gebruik 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 (SDG 17 Partnerschap). Vanuit de DSGC werken de multinationals onder meer samen aan:

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

DSM

Duurzaamheid is de kernwaarde voor DSM en een belangrijke verantwoordelijkheid voor het bedrijf. Daarnaast ziet DSM duurzaamheid ook als een echte 'business driver'. Met haar portfolio van Health, Nutrition and Sustainable Living solutions bereikt DSM meer dan 2.5 miljard mensen wereldwijd. De 2018 Strategy was geïnspireerd door dezelfde wereldwijde trends als de SDGs. De uitdagingen voor voeding en gezondheid, klimaat en energie, en grondstoffen en circulariteit voeden de business- en innovatiestrategieën van DSM, welke zich focussen op SDGs 2, 3, 7, 12 en 13.



De nieuwe strategie: Purpose led, Performance driven versterkt het commitment aan de SDG's. DSM verbetert de impact van haar eigen bedrijfsvoering, bedient haar klanten door duurzame en gezonde oplossingen te bieden, en blijft een 'duurzaam business environment' promoten.

Voorbeelden daarvan zijn de absolute scope 1 + 2 CO₂ reductiedoelstelling van 30%, DSM's portfolio van producten die helpen de zout, vet en suikerinname te verminderen, en de pleitbezorging van DSM voor organisaties als het WEF, WBCSD and Circle Economy.

ELSEVIER

Elsevier is wereldwijd actief op het gebied van wetenschappelijke, technische en medische informatie en analytics en speelt een belangrijke rol bij het bevorderen van het welzijn van de mens en economische vooruitgang. Dit doet zij door haar wetenschappelijke en gezondheidsinformatie, die innovatie stimuleert en kritische besluitvorming mogelijk maakt. Om de toegang tot deze content te verruimen, ondersteunt Elsevier programma's waar middelen vaak schaars zijn. Een voorbeeld is [Research4Life](#): dit is een samenwerkingsverband met VN-agentschappen en ongeveer 200 uitgevers. Research4Life biedt wetenschappelijke informatie aan onderzoekers in 100 ontwikkelingslanden. Als medeoprichter en de belangrijkste bijdrager, levert Elsevier meer dan een kwart van het materiaal dat beschikbaar is in Research4Life en omvat het ongeveer 3.000 Elsevier-tijdschriften en 20.000

e-books. In 2017 werden er 2,4 miljoen downloads van Research4Life-artikelen van ScienceDirect gedownload wat een belangrijke bijdrage levert aan kennisdeling en ontwikkeling.

EY

Met haar materiële thema's, de impact van haar dienstverlening en de rol die EY speelt in de maatschappij, heeft EY Nederland bepaald welke SDGs de organisatie het meest typeren. Om aan de purpose 'Building a better working world' invulling te geven, trekt EY talent aan om het verschil te maken bij klanten en daarmee in de maatschappij. Zo creëert EY niet alleen betekenisvolle banen, maar ook economische groei (SDG 8). Werknemers zijn van onschatbare waarde voor de bedrijfsvoering en continuïteit. EY investeert jaarlijks fors in cursussen en opleidingen (SDG 4) en moedigt werknemers aan hun kennis en kunde pro bono in te zetten bij maatschappelijke organisaties en social startups (SDG 17). Goed werkgeverschap betekent ook dat iedereen die bij EY werkt, zichzelf kan zijn, zich thuis voelt, gelijke kansen en beloning krijgt. Op die manier geeft EY sturing aan SDG 5.

Controlewerkzaamheden dragen bij aan betrouwbare informatie en geven rust, vertrouwen en stabiliteit op de financiële markten (SDG 16). Met advies stelt EY haar klanten in staat duurzamere producten en diensten te leveren (SDG 12).



FORBION

Forbion is een Venture Capital fonds gericht op bedrijven en ondernemers die actief zijn binnen de Medische Wetenschap. Onze portfolio richt zich voornamelijk op de financiering van innovatieve nieuwe medische ontwikkelingen en geneesmiddelen met een wezenlijke impact op het leven van patiënten, binnen de ontwikkelingsdoelen SDG3 (goede gezondheid en welzijn) en SDG8 (waardig werk en economische groei). Zo ontwikkelt één van onze portfolio

bedrijven momenteel een baanbrekend nieuw medicijn tegen klachten rond de menopauze. Een ander bedrijf ontwikkelt een innovatieve behandeling die de kwaliteit van leven van Parkinson's patiënten aanzienlijk verbeterd en werken we aan de ontwikkeling van nieuwe behandelingen op het gebied van immuno-oncologie. Sinds 2006 heeft Forbion meer dan 50 biomedische bedrijven gefinancierd dan wel mede opgericht, 23500+ banen gecreëerd, 11 nieuwe medische behandelingen op de markt gebracht, 430.000 patiënten behandeld en hiermee kosten binnen de gezondheidszorg verlaagd.

GEMEENTE LEEUWARDEN

Als enige Nederlandse stad met een 'Innovating City' status binnen het UN Global Compact Cities Program, heeft Leeuwarden de afgelopen jaren ingezet op het werken aan SDG 6 schoon water en sanitatie. Met de WaterCampus Leeuwarden is Leeuwarden de Europese hub en innovatiemotor voor watertechnologie. Binnen het 'Innovating Cities' project zet Leeuwarden, samen met de WaterCampus, in op het ontwikkelen van oplossingen voor de wereldwijde waterproblematiek. Voor Leeuwarden gaat het werken aan die mondiale opgave hand in hand met regionale economische ontwikkeling. De WaterCampus heeft, naast vele innovaties, veel nieuwe bedrijvigheid en werkgelegenheid opgeleverd. Door de focus op één SDG wordt ook bijgedragen aan SDG 4 (menselijk kapitaal) en 8 (economische structuurversterking).

Tijdens Leeuwarden Fryslân 2018, European Capital of Culture is een speciaal programma opgezet rond water: 'Water Connecting'. Het is een programma waarmee het brede publiek betrokken wordt bij de wereldwijde waterproblematiek en met name de oplossingen die daar lokaal voor ontwikkeld worden. Daarnaast wordt via het UN Global Compact ook verbinding gelegd met andere steden die werken aan SDG 6. In september 2018 werd de European Water Tech Week georganiseerd waar de wereldwijde waterhubs met elkaar verbonden werden. UN Global Compact City Milwaukee was daar ook van de partij.

HEINEKEN

Met 'Brewing a Better World' wil Heineken, van 'graan tot glas', een actieve bijdrage leveren aan de Sustainable Development Goals. Begin 2018 heeft het bedrijf het 'Drop the C' programma geïntroduceerd (SDG 7 & 13), en ambitieuze doelstellingen neergelegd om het percentage hernieuwbare energie – zowel elektrisch als thermisch – in haar productie wereldwijd te verhogen naar 70% in 2030. Dit is in lijn met de COP21 ambitie en moet zich vertalen in een CO₂ reductie van 80%, vergeleken met 2008. Heineken werkt ook aan CO₂ reductie in de rest van de keten: distributie, koeling en verpakkingen.

Water (SDG 6) is een ander voorbeeld, waarbij verder wordt gekeken dan efficiënt watergebruik en waterbehandeling in de eigen brouwerijen. Zo steunt Heineken in samenwerking met NGO's en andere partijen herbebossingsprojecten in Indonesië, wordt in Mexico gewerkt met boeren om efficiënter met irrigatie om te gaan, wordt apparatuur geleverd aan een waterbedrijf in Egypte om lekkages in de infrastructuur op te sporen, en worden drie lagunes hersteld samen met Commonland in Doñana, een belangrijk natuurgebied in Spanje en een hotspot voor biodiversiteit.

Heineken heeft de ambitie in Afrika 60% van haar grondstoffen lokaal in te kopen bij kleinschalige boeren. Momenteel lopen er zes Public Private Partnerships, die werk bieden aan meer dan 150.000 boerenfamilies (SDG 2 & 8).

ING

ING heeft een kredietportefeuille van meer dan 500 miljard euro die vele sectoren bestrijkt. De kredietportefeuille wordt nu zodanig ingericht dat zal worden voldoen aan de doelstelling van het Akkoord van Parijs om de wereldwijde opwarming ruim onder de twee graden Celsius te houden. Dit wordt gedaan dankzij het co-creëren van een innovatieve, nauwkeurige manier om de klimaatimpact van onze portefeuille te meten, de zogenoemde Terra-aanpak. Dit maakt ING de eerste wereldwijde bank die zich committeert aan het gebruiken van wetenschappelijk onderbouwde scenario's om onze bedrijfsstrategie te sturen.

De Terra-aanpak kijkt welke technologische vernieuwing nodig is in bepaalde sectoren om ruim onder de stijging van de temperaturen wereldwijd twee graden Celsius te blijven. Bijvoorbeeld in de auto-industrie zal het maken van minder benzineauto's niet volstaan, er moeten ook meer elektrische auto's worden geproduceerd. Terra meet welke technologische verschuiving nodig is vergeleken met de technologie die klanten nu en in de toekomst toepassen. Hier gaat financiering een rol spelen en dat is waarop ING impact kan hebben. De Terra-aanpak volgt uit de samenwerking met het 2° Investing Initiative (2°ii). Dit is een wereldwijde denktank voor klimaatgerelateerde informatie en onderzoek binnen financiële markten met steun van o.a. de Europese Commissie, verschillende Europese overheden, academici, expertgroepen, en maatschappelijke organisaties.

JCI

JCI Nederland, het netwerk voor ondernemende en maatschappelijk betrokken mensen tot 40 jaar, committeert zich al jaren om de SDGs hoger op de agenda te zetten van haar kamers en overige stakeholders. Het grootste deel van de honderden projecten die JCI jaarlijks doet, kennen een lokaal karakter in samenwerking met andere organisaties, lokale overheden en burgers (SDG 17). Dit varieert van het tegengaan van stille armoede in Rotterdam (SDG 1) tot aan het verkleinen van de kloof tussen politiek en maatschappij in Den Haag (SDG 16).

Een voorbeeld van een grotere (Inter-) nationale actie is World Cleanup Day, waar JCI wereldwijd partner van is. In 2018 heeft JCI Nederland actief bijgedragen aan World Cleanup Day waarin zij zichzelf hebben opgesteld als lokale actie- en verbindingspartner. Zo hebben 28 kamers (lokale JCI verenigingen) verdeeld over heel Nederland, van Maastricht tot aan Heerenveen en van Arnhem tot aan Scheveningen, schoonmaakacties opgezet met andere lokale organisaties. Niet alleen is er ruim 8000 kilo aan afval uit het milieu gehaald, ook zijn diverse workshops en keynotes georganiseerd voorafgaand aan de acties om mensen bewust te maken van hun consumptiepatroon en hun impact op het milieu. Deze actie heeft bijgedragen aan 7 van de SDGs.

KLM

KLM heeft in 2018 vier nieuwe partners in het KLM Corporate BioFuel Programme verwelkomd. Duurzame bio-kerosine levert een structurele bijdrage aan de verduurzaming van de luchtvaart. Door de bijdrage van corporate partners in het programma kan KLM de alternatieve brandstof inkopen en worden op dit moment alle KLM-vluchten vanaf Los Angeles gedeeltelijk met duurzame bio-kerosine uitgevoerd. Dit draagt bij aan het realiseren van SDG Industry, Innovation and Infrastructure (9) en Responsible Consumption and Production (12). Ook hebben passagiers van KLM, door hun bijdrage aan KLM's CO₂ ZERO-compensatieservice, in een jaar tijd 281 hectare bos gecreëerd in Panama. De activiteiten van dit herbebossingsproject zorgen niet alleen voor het herstel van ecosystemen, maar bieden ook capaciteitsopbouw en creëren langdurige werkgelegenheid met een duurzame inkomstenbron voor de lokale bevolking. Het herbebossingsproject in Panama draagt zodoende bij aan SDG Work en Economic Growth (8), Responsible Consumption and Production (12), Climate Action (13) en Life on Land (15).

KPMG

De Corporate Responsibility strategie van KPMG Nederland richt zich op twee SDG's. SDG 4: Quality Education en SDG 13: Climate Action. Specifiek lichten wij SDG 4 toe.

Investeren in onderwijs is de beste manier om iedereen perspectief op werk en inkomen te bieden en hierdoor de economie en de samenleving blijvend sterker te maken. Daarom besteden wij een groot deel van onze resources aan onderwijsprojecten en zetten onze professionals zich op vrijwillige basis in voor onderwijs gerelateerde projecten. Door de inzet van kennis en kunde van onze professionals draagt KPMG actief bij aan het verbeteren van de positie van bepaalde groepen in de maatschappij, die het minder makkelijk hebben op dit gebied, en bevorderen wij de aansluiting tussen onderwijs en bedrijfsleven.

Om deze reden ontwikkelde KPMG in 2016 in samenwerking met [Stichting StreetPro](#), een stichting die jongeren coacht om zelfredzaam te worden, het

[KPMG Jan Hommen Scholarship \(KJHS\)](#) programma voor MBO studenten. De Stichting KJHS beoogt MBO studenten met weinig middelen, financieel te ondersteunen en ze te helpen hun talenten, zelfvertrouwen, dromen en ambities te (her)ontdekken. De winnende MBO studenten ontvangen een scholarship van EUR 2.500 per jaar voor een periode van één jaar tot maximaal vier jaar met als doel: succesvol afstuderen. De MBO studenten kunnen daarnaast in aanmerking komen om door een KPMG professional in de rol van mentor begeleid te worden bij bijvoorbeeld het bouwen van een professioneel netwerk, het verbeteren van communicatie- en presentatievaardigheden of hoe je als professional het beste gebruik kunt maken van social media kanalen. Dankzij het KJHS programma ontvangen momenteel 16 MBO studenten financiële ondersteuning en coaching via StreetPro en/of KPMG; inmiddels hebben 3 KJHS winnaars het programma succesvol doorlopen en/of zijn ze afgestudeerd.

KPN

KPN gelooft in vooruitgang, voor mens én milieu. Daarom heeft KPN zich gecommitteerd aan de doelen van de VN. De focus ligt op drie doelen waar het bedrijf met hun producten en diensten de grootste invloed op hebben:

- Industrie, innovatie en infrastructuur: het KPN-netwerk is onlosmakelijk verbonden met Nederland en zit tot in de haarvaten van het land. KPN neemt verantwoordelijkheid door te zorgen voor de beste ICT-infrastructuur, vandaag en morgen. Een netwerk dat met innovaties en investeringen continu wordt onderhouden en verbeterd.
- Duurzame steden en gemeenschappen: KPN werkt aan Smart Cities: slimme steden die door technologie aangenamer zijn om in te wonen. In Amsterdam en Rotterdam is meegewerkt aan straatverlichting die pas aangaat zodra er iemand in de buurt is, afvalcontainers die een signaal geven als ze vol zijn en parkeerplekken die online laten weten dat ze vrij zijn. Zo wordt de stad prettiger, schoner en efficiënter.
- Duurzame consumptie en productie: KPN helpt klanten duurzamer en milieuvriendelijker te zijn. Daarnaast wordt ook voortdurend naar de eigen

organisatie gekeken. Het bedrijf is zich zeer bewust dat de bedrijfsactiviteiten invloed hebben op de aarde. KPN laat apparatuur produceren waarvoor grondstoffen nodig zijn en het bedrijf is een van Nederlands grootste energieverbruikers. KPN wil dat in 2025 de netwerkactiviteiten vrijwel volledig circulair zijn.

LC PACKAGING

Feit: Alle verpakkingen worden na gebruik afval, tenzij gerecycled of hergebruikt. Verpakkingsproducent en distributeur LC Packaging heeft als doel om afvalstromen gerelateerd aan haar verpakkingen te minimaliseren, door onder andere de efficiëntie en footprint van haar eigen productieproces te verbeteren. Om het productieafval van LC Packaging's SA 8000 en ISO 14001 gecertificeerde FIBC productielocatie in Bangladesh terug te dringen, is het bedrijf met hulp van het Duitse DEG en het Nederlandse FMO een recycling, of beter gezegd 'upcycling' initiatief gestart. Onder de naam GreenBangla recycled het bedrijf met behulp van een geavanceerde Starlinger recyclingmachine 75% van haar plastic productieafval (PP en PE) en draagt daarmee actief bij aan SDG 8, 12 en 13. Het eindproduct bestaat uit plastic granulaat dat weer wordt verkocht en hergebruikt in de lokale markt. Dit initiatief creëert ook een 30-tal kwaliteitsbanen in het ontwikkelingsland wat te kampen heeft met notoir slechte arbeidsomstandigheden en ernstige vervuiling. De GreenBangla medewerkers zijn uitvoerig

getraind in het recyclingproces en genieten arbeidsomstandigheden volgens de SA 8000 standaard en UN Global Compact principes. Toekomstmuziek is het uitbreiden van de recyclingactiviteiten, zodat GreenBangla ook plastic kan recycleren van en voor bijvoorbeeld andere productielocaties en partners

MASTERPEACE

MasterPeace is actief in 40 landen met lokale teams. Zij richten zich met projecten op 3 pijlers.

- 1) ze inspireren en verbinden jongeren met muziek, kunst, sport en dialoog
- 2) ze organiseren lokale dialoog met stakeholders van bedrijven, gemeenten en vertegenwoordigers van "civil society"
- 3) ze creëren gezamenlijk perspectief via leiderschapstrainingen en het opstarten en opschalen van social enterprises (veelal in samenwerking met bedrijven)

Een voorbeeld is het concept 'Walls of Connection'; een campagne en een kick off in communities op lokaal te werken aan een inclusieve community met perspectief. Een voorbeeld is het concept 'Walls of Connection'; een campagne en een kick off in communities op lokaal te werken aan een inclusieve community met perspectief (zie www.masterpeace.org). Iedereen herkent fysieke en mentale muren die opgeworpen worden. MasterPeace staat voor verbinding en perspectief. In 30 steden op alle continenten hebben ze dromen van verbinding door jongeren gevisualiseerd. Tienduizenden jongeren zijn actief betrokken en begeleid door ruim 1000 creatieven. De campagne heeft een miljoen bereik en lokaal zijn 30 communities met elkaar in gesprek gegaan om te werken aan perspectief voor iedereen. Zie meer [prachtige voorbeelden](#) op de website.

NN GROUP

NN Group is een verzekeraar en vermogensbeheerder die in achttien landen actief is. NN wil lange termijn waarde creëren voor de stakeholders. Speerpunten van NN's corporate citizenship strategie zijn: het verbeteren van financieel welzijn en verantwoord beleggen. NN focust zich op SDGs 8 en 12. Daarnaast zijn de



SDGs 1, 3 en 7 gekozen vanwege specifieke activiteiten zoals NN's engagement met investee companies en de impact investeringen. NN Investment Partners heeft een methodologie ontwikkeld waarmee de bijdrage van bedrijven aan de SDGs wordt beoordeeld en volgens de SDGs kan worden belegd. Deze methodologie wordt toegepast op het NN (L) Global Equity Impact Opportunities Fund (EUR 328 mio, H1 2018) en het NN Global Sustainable Opportunities Fund (EUR 252 mio, H1 2018). Het NN (L) Green Bond Fund is sterk gegroeid en kent een beheerd vermogen van EUR 560 mio (H1 2018).

Samen met FMO, lanceerden we in 2018 het NN FMO Emerging Markets Loans Fund dat investeert in leningen aan financiële instellingen, duurzame energieprojecten en agrarische bedrijven in opkomende markten. In samenwerking met BNG Bank en Bewust Investeren BV creëerde NN Group in 2018 een nieuwe financiële propositie ten behoeve van de verduurzaming van maatschappelijk vastgoed.

Het maatschappelijke programma, NN Future Matters, richt zich op financiële zelfredzaamheid en het creëren van economische kansen. Sinds 2015, zijn 74.000 jongeren bereikt (2020 doelstelling: 100.00 jongeren).

Samen met andere financiële instellingen heeft NN bijgedragen aan verschillende publicaties, waaronder 'SDG impact indicators, a guide for investors and companies'. Momenteel wordt geprobeerd deze indicatoren te verankeren in bestaande reporting initiatieven.

NNRGY

De afgelopen zes maanden maakte start-up NNRGY (handelend onder de merknaam Vivers) grote sprongen voorwaarts. Het bedrijf nam nieuw personeel aan, waaronder de nieuwe CEO. Ze ontwikkelde nieuwe producten: Vivers papier en karton (geproduceerd in Nederland) en toepassingen voor Vivers bio-polymeren (een duurzamer alternatief voor op aardolie gebaseerd plastic). NNRGY vroeg een patent aan en zit in de procedure om een LCA te verkrijgen: een 'compostability certification'. Het bedrijf ontwikkelde ook een businessmodel voor bio-beton. ABN AMRO maakte Vivers onderdeel van de campagne 'financing the future', wat voor extra aandacht zorgde voor de producten van NNRGY. Tot slot: NNRGY start een aantal nieuwe onderzoeksprojecten in samenwerking met TU Eindhoven, Wageningen Universiteit en Avans Hogeschool.

re', wat voor extra aandacht zorgde voor de producten van NNRGY. Tot slot: NNRGY start een aantal nieuwe onderzoeksprojecten in samenwerking met TU Eindhoven, Wageningen Universiteit en Avans Hogeschool.

NXP SEMICONDUCTORS

Zestig jaar geleden werd de eerste werkende geïntegreerde schakeling (chip) ontwikkeld. De chip maakt deel uit van ons dagelijks leven en leven zonder chips is ondenkbaar geworden. Dit betekent ook dat chip-technologie, en dus NXP Semiconductors als een van de grootste chipfabrikanten ter wereld, een belangrijke bijdrage kan leveren aan de realisatie van de VN SDGs. NXP Semiconductors is sinds 2014 lid van de Responsible Business Alliance en sinds 2017 van de UN Global Compact. NXP Semiconductors producten, operationele activiteiten en activiteiten op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid dragen bij aan 15 van de 17 SDGs. Onze producten dragen bij aan de volgende 6 SDGs:

- # 2 Zero Hunger: met onze chiptechnologie kunnen we in de hele voedselketen data verzamelen. Met al deze gegevens wordt de landbouw efficiënter en productiever, en wordt voedselverspilling voorkomen.
- # 3 Good Health and Well-Being: onze chips worden steeds meer toegepast in de medische wereld. Bijvoorbeeld als het gaat om het monitoren en diagnosticeren van patiënten met behulp van een snelle en beveiligde draadloze verbinding met de arts of het ziekenhuis. Dit draagt bij aan een betere en betaalbare gezondheidszorg.
- # 4 Quality Education: met behulp van onze technologie leert NXP kinderen programmeren, en laat ze ervaren hoe leuk technologie kan zijn. NXP is overtuigd van het belang van het op jonge leeftijd ontwikkelen van digitale vaardigheden.
- # 9 Industry Innovation and Infrastructure: onze producten dragen direct bij aan het verminderen van energieverbruik van apparaten, straatverlichting en gebouwen.
- # 11 Sustainable Cities and Communities: onze chips die in de auto-industrie worden gebruikt, dragen actief bij aan de verhoging van de verkeersveiligheid, de verkeersstroom en daardoor (indirect) de luchtvervuiling.

- # 16 Peace, Justice and Strong Institutions: onze technologie beveiligd persoonlijke informatie zoals in elektronische paspoorten en in de gezondheidszorg om identiteitsdiefstal te voorkomen en daarmee vaak fraude.

PHENIX CAPITAL

De bijdrage van Phenix Capital aan de SDGs in 2018 is het best zichtbaar door de geslaagde vierde 'Impact Summit Europe' van 22 en 23 maart en de allereerste 'Impact Summit America' op 11 september in San Francisco. De ruim 400 toonaangevende institutionele beleggers uit verschillende werelddelen vertegenwoordigden daar meer dan USD 14 biljoen aan gezamenlijk belegd vermogen. Phenix is verheugd dat veel van de deelnemers de toezegging hebben gedaan om de impactbeleggingen in hun portefeuilles te vergroten en daarmee een belangrijke bijdrage te leveren aan het financieren van de SDGs. Om de institutionele beleggers bij te staan in het vinden van de best passende beleggingsmogelijkheden is Phenix Capital begonnen met het ontwikkelen van een database voor externe gebruikers. Deze database zal een zoekmachine zijn voor investeerders die op zoek zijn naar beleggingen van institutionele kwaliteit met een marktconform rendement en tastbaar bijdragen aan de SDGs. Om dit te waarborgen worden de beleggingsoplossingen voorzien van een Impact Assessment dat een oordeel vormt over de aanpak van het fondsmanager. Het bedrijf er trots op dat ze voor onze projecten de steun krijgen van leidende Nederlandse en internationale institutionele beleggers die hen helpen om de komende 7 jaar gezamenlijk ruim 800 miljard aan kapitaal in SDG beleggingen te investeren.



PHILIPS

Duurzaamheid is een integraal onderdeel van de strategie van het gezondheidstechnologie bedrijf en Philips gelooft dat technologie en verantwoordelijk leiderschap een bijdrage kunnen leveren aan SDG 3, 12 en 13. Philips zet zich in 3 miljard mensenlevens te verbeteren vanaf 2025, waarvan 300 miljoen mensen in gemeenschappen met geen of slechte toegang tot zorg. Om de toegang tot de gezondheidszorg

te verbeteren is samenwerking essentieel. Philips ondersteunt daarom actief het [SDG Partnership Platform](#) in Kenia dat zich richt op het ontwikkelen van Publiek Private Partnerships (PPP) voor het versnellen van de transformatie van de primaire zorg. In 2018 hebben Philips en de overheden van Ethiopië en Nederland een overeenkomst met een looptijd van zeven jaar getekend voor de bouw van het eerste gespecialiseerde [cardiologie centrum in Ethiopië](#).

Alle grote medische systemen worden in 2020 door Philips teruggenomen en krijgen een herbestemming. Deze circulaire strategie wil Philips uitbreiden tot alle medische apparatuur in 2025 (SDG 12). Philips zet zich in om CO₂-neutraal te worden door het gebruik van duurzame energie, verminderde emissies, en verhoogde energie-efficiëntie (SDG 13). Door verantwoord om te gaan met energie en materialen, Eco-Design-principes toe te passen bij het ontwerpen van groene producten en oplossingen, en andere sleutelfactoren aan te pakken, blijft duurzaamheid verankerd in de innovatieprocessen.

PWC

PwC Nederland focust op 4 SDGs. De SDGs sluiten naadloos aan op het streven van PwC Nederland om een purpose geleide en waardengedreven organisatie te worden. Op basis van de bedrijfsstrategie en kernactiviteiten kan PwC op vier SDGs de meeste impact maken, zonder de andere SDGs te vergeten. Voor deze gekozen SDGs is een concrete ambitie geformuleerd:

- onze mensen digitaal fit maken (SDG 8);
- een inclusieve cultuur stimuleren (SDG 10);
- 100% circulair worden (SDG 12);
- en bijdragen aan het (her)vormen van belastinggeving (SDG 16).

Er wordt actief gestuurd op deze ambities met KPIs die worden geïntegreerd in de managementrapportages en het jaarverslag. Kennisdeling is daarbij van groot belang. Door samenwerking vanuit verschillende sectoren en met een integrale benadering tussen de doelen kan de meeste impact worden gemaakt. Zo is bijvoorbeeld met de [SDG Reporting Challenge](#) en de [SDG Booster](#) onderzocht hoe verschillende sectoren



de SDGs integreren en over de SDGs rapporteren. De bevindingen zijn gedeeld tijdens het SDG Booster event in november 2017. Daarnaast start dit jaar een intern programma om PwC'ers te informeren over en enthousiasmeren voor de SDGs.

RABOBANK

In de jaarverslagen van Rabobank worden de bijdragen aan de SDGs en de voortgang van het bedrijf gepresenteerd. De SDGs zijn opgenomen in de strategische ambities van het bedrijf. In het SDG rapport van 2017 staan de thema's 'climate-friendly agriculture' en 'food waste' centraal. Als vooraanstaande food & agribank kan Rabobank een verschil maken op deze thema's door samen te werken met haar klanten en partners. Samenwerking is de sleutel voor succes en is onlosmakelijk verbonden met de SDGs. SDGs vragen om een holistische aanpak. Ook de onderlinge verbanden tussen de verschillende SDGs is van belang voor het optimaliseren van de impact van de SDGs. [De infographic op pagina 5 van het rapport](#) laat zien hoe Rabobank werkt aan de SDGs. De doelen waaraan het bedrijf het meest bijdraagt zijn vergroot, de meest relevante SDGs zijn ingekleurd en de grijs gekleurde SDGs geven aan dat het bedrijf daar beperkte impact kan leveren.

RANDSTAD

Het wereldwijde bedrijf dat zich richt op uitzendwerk en HR-diensten, draagt als het gaat om de SDGs met name bij aan nummer 8 'promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all'. Het doel is om in 2030 wereldwijd 500 miljoen mensen verder te helpen in hun werklevens. Een voorbeeld uit Nederland is [Randstad Participatie](#) dat mensen met een arbeidsbeperking aan het werk helpt en bedrijven hierbij ondersteunt.



ROYAL HASKONINGDHV

Uit het recent gepubliceerde CBS rapport 'Duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs) dichterbij gekomen' blijkt dat Nederland verder wegzakt uit de EU-kopgroep qua broeikasgas intensiteit per inwoner. Royal HaskoningDHV onderneemt innovatieve acties in haar operatie en via haar dienstverlening om CO₂ reductie te realiseren en hierdoor constructief bij te dragen aan o.a. SDG 13. Laten we mobiliteit als voorbeeld nemen. Als een van de voorlopers in Nederland kiest Royal HaskoningDHV voor een complete verduurzaming van haar leasevloot en gaat voor 100% elektrisch. Deze ambitie moet in 2021 zijn gerealiseerd en is onderdeel van haar duurzame mobiliteitsbeleid. Het bedrijf geeft hiermee invulling aan de energietransitie in mobiliteit. Het stoppen met de hybride-, diesel- en benzineauto's betekent een vermindering van Royal HaskoningDHV's CO₂-uitstoot met 2.000 ton per jaar. Vergelijkbaar met de uitstoot van 300 gezinnen en goed voor een verlaging van Royal HaskoningDHV's CO₂-uitstoot in Nederland met 13%. CEO Erik Oostwegel benadrukt dat wanneer je als bedrijf klanten adviseert over duurzame mobiliteit en de energietransitie, je zelf de daad echt bij het woord moet voegen.

SCHUTTELAAR & PARTNERS

Schuttelaar & Partners is een Nederlands advies- en communicatiebureau dat vooruitblijkt om onze wereld gezonder en duurzamer te maken. Met strategisch advies, inhoudelijke expertise en verrassende communicatie. De SDGs zijn de nieuwe gemeenschappelijke taal voor rapportage en het meten van impact. Het bedrijf helpt haar klanten de SDGs te vertalen naar

bestaande bedrijfsactiviteiten, om op die manier nieuwe 'business opportunities' te ontdekken. SDGs zijn voor het bedrijfsleven niet altijd gemakkelijk te begrijpen en te vertalen. De taal waarin de SDGs zijn opgesteld is redelijk abstract, waardoor het lastig is om de voordelen direct in te zien. Om bedrijven

betrokken te krijgen bij de SDGs is een vertaalslag nodig. Met haar kennis van het MKB, wil Schuttelaar & Partners een gebruiksvriendelijke online tool ontwikkelen: [the SDG Impact Tracker](#). Deze tool maakt de link tussen bestaande bedrijfsactiviteiten en de SDGs en help kansen te identificeren die impact vergroten

en hoe daarover te communiceren. Het eerste prototype is inmiddels klaar en nu wil het bedrijf samenwerkingen aangaan om een werkende versie te lanceren samen met bedrijven en sectororganisaties.

SHELL

Shell richt zich in het bijzonder op zes SDGs, te weten 7, 8, 11, 12, 13 en 17. De volgende voorbeelden onderstrepen dat. Als het gaat om betaalbare en duurzame energie (7), heeft het bedrijf in Myanmar met PACT gewerkt, een non-profit organisatie, om in 2017 ongeveer 20.000 mensen te voorzien van toegang tot duurzame energie. Sinds het begin van dit programma in 2015 heeft Shell het levensonderhoud van circa 35.000 mensen verbeterd. Inzake fatsoenlijke banen en economische groei (8) werden via het Shell LiveWire programma onder meer 4159 mensen getraind, 450 ondernemingen opgericht, 465 bestaande ondernemingen ondersteund, 1697 banen gecreëerd en zijn 10 ondernemingen toegetreden tot Shell's supply chain. Er is ook bijgedragen aan verantwoordelijke consumptie en productie (12) door investeringen in technologieën en brandstoffen met een lager koolstofgehalte zoals biobrandstoffen en elektrisch vervoer. In 2017 heeft Shell NewMotion gekocht, een in Nederland gevestigd bedrijf met een van Europa's grootste netwerken van oplaadpunten voor elektrisch vervoer. Het bedient ongeveer 30.000 private elektrische oplaadpunten in o.a. Nederland. Ook geeft het ongeveer 100.000 geregistreerde NewMotion charge card gebruikers toegang tot meer dan 50.000 publieke oplaadpunten in 25 Europese landen. Werken aan SDG 13, klimaatverandering tegengaan, blijkt onder meer uit het Quest CCS project (Shell's belang 10%) in Canada dat in 2017 meer dan 1 miljoen ton CO₂ heeft afgevangen en veilig opgeslagen. Daarnaast heeft het bedrijf de ambitie om de netto carbon footprint van haar energieproducten – uitgedrukt in gram/CO₂ per verbruikte megajoule – met de helft te verminderen in 2050. Als tussendoel streeft Shell naar een verminderen van 20% om in 2035. Iedere vijf jaar wordt voortgang geëvalueerd en gerapporteerd om er zeker van te zijn dat Shell gelijk loopt met de samenleving, conform de afspraken in het Parijs-akkoord.

SIGNIFY

Met het behalen van haar doelstelling om in 2020 meer dan 2 miljard LED lampen en armaturen te leveren, bespaart Signify energiegebruik gelijk aan de hoeveelheid die door 60 middelgrote coal-fired power stations wordt geleverd indien gecombineerd met netwerksystemen. Signify voorziet ook toegang tot



licht aan gemeenschappen die geen of onvoldoende toegang hebben tot een stabiel elektriciteitsnet. En is actief lid van een aantal energie efficiëntie initiatieven, zoals 'Sustainable Energy for All' (SEforAll) en 'United for Efficiency' (U4E) van UNEP.

Het bedrijf werkt nauw samen met een aantal steden associaties en NGO's zoals The Climate Group, en met verschillende Green Building Councils, zodat haar duurzame producten, systemen en diensten steden helpen in het behalen van hun klimaatdoelen. Via de Philips Lighting foundation levert Signify duurzame verlichting aan verschillende scholen (met name in ontwikkelingslanden) en humanitaire hulpverlichting bij rampen.

Duurzame verlichting is energie- en grondstof-efficiënt en draagt bij aan de maatschappelijke behoeften. Verlichting vormt nu 13% van de wereldwijde elektriciteitsvraag (omlaag van de 19% in 2006, het jaar waarin het bedrijf opriep om wereldwijd de gloeilamp uit te faseren). Een volledige omslag naar LED zal deze vraag tot 8% verlagen in 2030. Met het duurzaamheidsprogramma reduceert het bedrijf over de breedte de milieudruk van de activiteiten. Als

bedrijf wordt gewerkt aan de doelstelling om in 2020 'carbon-neutral' te zijn, als onderdeel van het overkoepelende 'Brighter Lives Better World' duurzaamheidsprogramma.

TENNET

SDG 7 - affordable and clean energie - beschrijft een van de basisbehoeften van de maatschappij wereldwijd: toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en nieuwe energiebronnen voor iedereen. Zonder twijfel is dit een doel waar TenneT een grote rol in speelt. Als toonaangevend Europese TSO, omarmt het bedrijf de uitdaging en integratie van duurzame en nieuwe energiebronnen, met behoud van betrouwbare toevoer. TenneT houdt rekening met maatschappelijke kosten en ondersteunt de ontwikkeling voor lagere kosten door 'cross-border' transport capaciteit te installeren.

THERMOPATCH

"Enduring and Eco friendly transfers". Thermopatch gelooft in de kracht van duurzaamheid. Ieder klein onderdeel van de productie is gekoppeld aan het hoogste kwaliteitsniveau. Het bedrijf wil haar groene performance verbeteren door voortdurend te streven naar nieuwe accreditaties, certificaten en aanbevelingen.

TIP EUROPE

De klanten van TIP Trailer Services zijn belangrijke spelers in de logistiek, de detailhandel en de industrie en zij zijn steeds vaker op zoek naar milieuvriendelijke oplossingen voor hun 'Last Mile Delivery' transport. Daarnaast wordt vanuit gemeenten voor vrachtverkeer steeds vaker toegang tot het stadscentrum ontzegd of beperkt om luchtvervuiling en geluidsoverlast te verminderen.

Bij TIP Trailer Services is het onze missie om klanten te begeleiden, niet alleen bij hun groei en ontwikkeling op economisch niveau, maar ook als het gaat om verduurzaming. Daarom hebben we een serie elektrische voertuigen ontwikkeld, waarmee we in staat zijn aan elke vereiste voor de Last Mile Delivery te voldoen met een volledig assortiment milieuvriendelijke voertuigen, van elektrische driewielers tot 3,5t bestelwagens.

Dit is een van de belangrijkste aandachtspunten van TIP als het gaat om milieuverantwoord en duurzaam ondernemen.

UNILEVER

Unilever is wereldwijd toonaangevend in fast-moving consumer goods. Iedere dag gebruiken 2,5 miljard consumenten een Unilever-product, waardoor Unilever zich van oudsher bewust is van haar grote verantwoordelijkheid bij het creëren van welvaart en welzijn voor mens & maatschappij. Paul Polman, CEO Unilever, participeerde daarom in het 'High-Level Panel on the Post-2015 Development Agenda', van de Secretaris-Generaal van de Verenigde Naties (UN); deze werkzaamheden stonden mede aan de basis van



de 'UN Sustainable Development Goals (SDGs)'. De SDGs vormen het wereldwijde actieplan voor een duurzame planeet en samenleving in 2030. Paul Polman had voorts een belangrijke

rol bij de totstandkoming van het rapport Better Business, Better World, waarin de unieke business case wordt belicht, die zich voortdoet wanneer de SDGs daadwerkelijk worden gerealiseerd.

De SDGs sluiten naadloos aan bij het Unilever Sustainable Living Plan, dat in 2010 werd gelanceerd. Unilever is wereldwijd actief, in meer dan 190 landen, en zet zich onder meer in om de gezondheid & welzijn van 1 miljard mensen te verbeteren en de levensstandaard van miljoenen mensen in de keten te verhogen en tegelijkertijd de milieu impact te halveren. Het is een agenda die Unilever niet alleen kan realiseren, maar die mede via partnerschappen - in lijn met SDG 17: 'Partnerschap om doelen te bereiken' - tot stand moet worden gebracht. Daarbij gaat het over samenwerking tussen het bedrijfsleven onderling, maar ook samen met, en tussen bedrijven, overheden, maatschappelijke organisaties en wetenschap. Voor nadere informatie over de inspanningen van Unilever op het gebied van de SDGs, zie aub: Unilever



WITTEVEEN+BOS

Witteveen+Bos wil een platform zijn voor talentontwikkeling om bij te kunnen dragen aan een betere wereld. Als ingenieurs kunnen we ook echt bijdragen aan de grote opgaven waar de wereld op dit moment voor staat. Een goed voorbeeld is het project Water4Virunga.

Witteveen+Bos is een van de partners in het Water4Virunga project. De Virunga regio ligt in Congo, Rwanda en Uganda. Doel van het project is bijdragen tot regionale stabiliteit door verbeterde dienstverlening voor water en geïntegreerd waterbeheer. Het 4-jarige programma richt zich op een toename van de toegang tot goed drinkwater en het beter beheer van stroomgebieden op lokaal, regionaal en grensoverschrijdend niveau. Het Virunga Nationaal park is het leefgebied van de ernstig bedreigde berggorilla's. In het laaggelegen deel van deze regio zijn diverse waterbronnen en rivieren. Maar in hogere delen van het gebied is hier een tekort aan. Hierdoor betreden mensen illegaal het Virunga-park om water te halen bij de kleine bronnen en moerassen, wat zorgt voor conflict met de natuur en conflicten onderling. Water4Virunga zorgt voor meer waterveiligheid en inclusieve groei. Ook brengt het mensen samen rondom waterproblemen: binnen gemeenschappen, over gemeenschapsgrenzen en over nationale grenzen heen.

WORLD SUSTAINABILITY FUND

WSF is actief in duurzaamheid en gezond bouwen en wonen sinds 1981. In 1991 richtte ze mede het nationaal duurzaamheidscentrum VIBA-EXPO op wat Europese opvolgers kreeg. In 2003 ontstonden intensieve contacten met de UN op gebied van integrale gezondheidszorg, schonere luchtvaart, armoedebestrijding, duurzame mensenrechten, hervorming van de UN, wereld economie en duurzaamheid. Ze nam deel aan de formatie van de SDG agenda. Sinds 2016 richt ze zich daarnaast ook op de implementatie van de SDGs en klimaat impact.

100 Experts werken vanuit Den Haag met lokale medewerkers aan 50 nationale programma's van elk 100 miljoen of meer. Daarbij komen projecten aan bod uit alle sectoren, van energie tot recycling en van chemie tot bos- en landbouw. Andere speerpunten zijn Rampen Risico Reductie, International Rescue, en consultancy. WSF heeft diverse UN accreditaties en



een ANBI status. Voor institutionele beleggers en trust fondsen biedt WSF diverse rendementprogramma's evenals voor de Global Compact leden.

XIMEDES

Ximedes is trots op haar opnieuw geformuleerde personeelscondities in het HANDBOOK XIMEDES, dat voor het grootste deel bestaat uit een beschrijving van waar het bedrijf voor staat, haar cultuur en waarden, met veel aandacht voor sociale verantwoordelijkheden en het welzijn van en respect voor haar werknemers.

Het handboek beschrijft waarom de medewerkerstevredenheid op een schaal van 1 tot 10 jaarlijks boven een 7 uitkomt, dit jaar zelfs boven een 7,5. Dit hangt onder meer samen met SDG 8.



HOOFDSTUK 7

TOOLS EN HULPBRONNEN

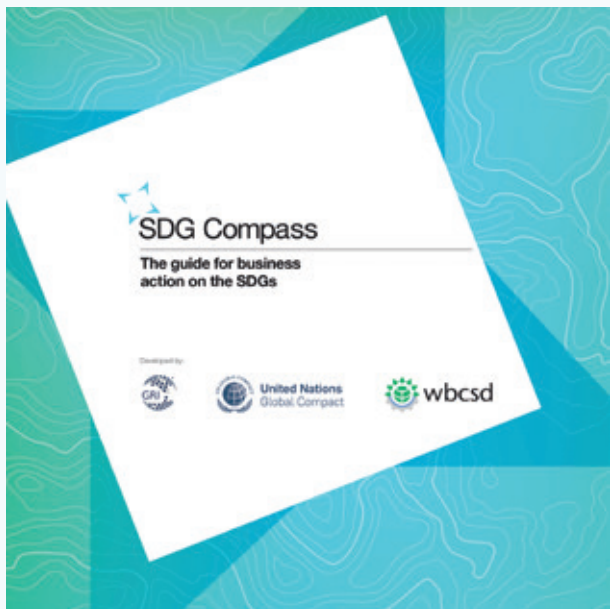
UN Global Compact biedt in de [Library](#) tal van tools, documenten en rapporten die bij het werken aan de SDGs zeer behulpzaam zijn. We delen in onderstaande een aantal, zonder uitputtend te zijn.

AAN DE SLAG MET DE SDGs?

SDG COMPASS

De SDG compass biedt 5 stappen hoe je de strategie van je bedrijf in lijn kunt brengen met de SDGs en hoe je je bijdraagt aan de realisatie van de SDGs kunt managen en meten.

Van: UN Global Compact, Global Reporting Initiative (GRI) en World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)



Bron: UN Global Compact

SDG INDUSTRY MATRIX

Industrie specifieke voorbeelden & ideeën voor strategische acties. Verschenen voor 'energy, natural resources & chemicals', 'food, beverage & consumer goods', 'financial services', 'healthcare & life sciences', 'industrial manufacturing', 'transportation' en 'climate opportunities'.

Van: UN Global Compact, KPMG International

BLUEPRINT FOR BUSINESS LEADERSHIP ON THE SDGs. A PRINCIPLE BASED APPROACH

Hoe 5 leiderschapskwaliteiten toe te passen in je businessstrategie, waardeketen en partnerschappen om impact te vergroten. Met concrete voorbeelden uit de praktijk van bedrijven, gebaseerd op de op beginselen gebaseerde aanpak van UN Global Compact.

Van: UN Global Compact



Bron: UN Global Compact

PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE INVESTMENT (PRI)

Voor investeerders is PRI actief. Het is een zusterorganisatie van UN Global Compact en helpt investeerders onder meer bij het implementeren van de SDGs,

waarbij ESG (environmental, social and governance) centraal staat. Zie onder meer [The SDG Investment Case of In Focus: addressing Investor Needs in Business Reporting on the SDGs](#) van GRI, PRI en UNGC.
Van: PRI

INSPIRATIE, WERELDWIJDE VOORBEELDEN VAN BEDRIJVEN EN MEER LEREN?

GLOBAL OPPORTUNITY REPORT 2018

Voorbeelden worden gedeeld vanuit de gedachte ‘in every risk there is an opportunity’. De aandacht gaat gericht uit naar kansen gekoppeld aan SDG 12 en 13, waar juist de leden vanuit Global Compact Netwerk Nederland aan bijdragen.

Voorbeelden van Nederlandse bedrijven worden ook gedeeld:

- Unilever die inzet op het recyclen van plastic zakjes: ‘developing new technology to tackle the global issue of plastic sachet waste, committing to 100% recyclable plastic packaging by 2025’;
- StoneCycling die bakstenen maakt van gerecycled afval waar al een bestaand huis van is gebouwd dat in Rotterdam staat;
- New Horizon die in de gebouwde omgeving producten hergebruikt voor nieuwbouw en aangeeft dat het niet duurder is, niet langer duurt, wel leuker is en ook duurzamer.

Van: UN Global Compact in samenwerking met DNV-GL en Sustainia

Better, Business, Better World

Over de Business Case van de SDGs

Van: Business & Sustainable Development Commission

ACTION PLATFORMS

Op een 9 tal issues werken UN Global Compact, bedrijven, experts, NGO's en lokale Global Compact netwerken samen om via een multistakeholder-aanpak van elkaar te leren, impact te vergroten en nieuwe marktkansen inzichtelijk te maken.

Van: UN Global Compact

ACTION PLATFORM BREAKTHROUGH INNOVATION

Eén van de ‘Action Platforms’ gaat over ‘Breakthrough Innovation’. Innovatie is een ‘must’ voor het tijdig realiseren van de SDGs. John Elkington, cofounder Volans en Project Breakthrough Innovation van UN Global

REPORTING ON THE SDGS	BREAKTHROUGH INNOVATION FOR THE SDGS	FINANCIAL INNOVATION FOR THE SDGS
PATHWAYS TO LOW-CARBON AND RESILIENT DEVELOPMENT	WATER SECURITY THROUGH STEWARDSHIP	SUSTAINABLE OCEAN BUSINESS
HEALTH IS EVERYONE'S BUSINESS	DECENT WORK IN GLOBAL SUPPLY CHAINS	PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

Bron: UN Global Compact

Compact zegt daarover: ‘breakthrough requires new mindsets, technologies and business models. Jump to different spaces and disrupt’.

Video platform: [Breakthrough Innovation](#)

Video: [The Breakthrough mindset](#)

Van: UN Global Compact en Volans

UN Global Compact Academy

Learning Platform om kennis op te doen over duurzaamheid via e-learning. Naast een aantal algemeen toegankelijke sessies, is de Academy specifiek voor participanten van Global Compact.

Session 1: [Taking a principles-based Approach to the Global Goals](#)

Van: UN Global Compact

RAPPORTEREN OVER DE SDGs?

PRAKTISCHE GIDS VOOR BEDRIJVEN OVER SDG REPORTING

Een ander 'Action Platform' richt zich op 'SDG reporting'. Eén van de producten vanuit dit platform is een praktische gids voor bedrijven met 3 stappen hoe over je bijdrage aan de SDGs te rapporteren en welke kansen dat biedt.

Informatie 'Action Platform': [Action Platform Reporting on the SDGs](#)

www.unglobalcompact.org/library/5361

www.unglobalcompact.org/library/5628

Van: UN Global Compact en het Global Reporting Initiative (GRI)



Bron: UN Global Compact

HOLISTIC FRAMEWORK FOR BUSINESS CONTRIBUTIONS TO THE SDGs

Een Framework hoe je komt tot analyse en actie om bij te dragen aan de SDGs. Gebaseerd op de UN Guiding Principles on Business and Human Rights en maakt helder hoe te bewegen naar 'doing good'. Dit framework ligt mede aan de basis van de bovenstaande praktische gids voor SDG reporting.

Van: [Shift](#)

DOING BUSINESS WITH RESPECT FOR HUMAN RIGHTS

Praktische gids met adviezen en case stories over het implementeren 'human rights' in je bedrijfsvoering ook vanuit een multistakeholder invalshoek. Een hoofdstuk is specifiek gewijd aan de link met de SDGs.

Van: Global Compact Netwerk Nederland, Oxfam en Shift in samenwerking met de Global Compact Netwerken van Indonesië, Mexico, Turkije en Zuid-Afrika en 10 Nederlandse bedrijven uit het Global Compact Netwerk.

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT PROGRESS REPORT 2018'

Net als in 2017 lanceerde ook dit jaar UN Global Compact het 'Progress report' met daarin in beeld gebracht hoe de aangesloten bedrijven bijdragen aan de tien Guiding Principles en de SDGs.

Van: UN Global Compact





COLOFON

Deze uitgave is verschenen onder auspiciën van Global Compact Netwerk Nederland (GCNL), één van de ruim 70 lokale netwerken aangesloten bij UN Global Compact van de Verenigde Naties (VN) te New York. Het netwerk wordt gefaciliteerd door VNO-NCW.

Malietoren, Bezuidenhoutseweg 12, Postbus 93002,
2509 AA Den Haag
www.gcnetherlands.nl

Auteur: Eppy Boschma, directeur Global Compact Netwerk Nederland, interviews door [Marleen Mulder](#) en analyse Communication on Progress (COP) rapporten door Florentin Ngabitsinze (afgestudeerd aan RSM Rotterdam).

Digitale versie rapport via www.gcnetherlands.nl
Ontwerp: [tovision bv](#)
Foto's bij interviews: [Jeroen Poortvliet](#)

Luchtfoto cover: Siebe Swart

November 2018



Global Compact
Network Netherlands