



# Casestudie

DHR

Communicatie

## Bedrijf & land

DHR Communicatie, Ierland

## Starten/MKB, Werknemers

MKB met 14 werknemers

## Categorie industrie

Public Relations

## Adres website

<https://www.dhr.ie/>

## MVO-strategie

[https://www.dhr.ie/?s=CSR&post\\_type=bericht](https://www.dhr.ie/?s=CSR&post_type=bericht)



DHR is gevestigd in de wijk The Liberties in Dublin en bestaat uit een divers team van ervaren communicatieadviseurs met een politieke, journalistieke en digitale media-achtergrond.

DHR richt zich op kwesties en diensten van algemeen belang, zoals onderwijs, kunst en cultuur, gezondheidszorg, infrastructuurprojecten en mensenrechten. Ze zijn gespecialiseerd in het leveren van communicatiediensten aan klanten met sterke publieke beleidsbelangen.


DHR investeert tijd in het begrijpen van haar klanten, de externe omgeving waarin zij opereren en de problemen en kansen waar zij mee te maken hebben. Dankzij dit analyiseniveau kunnen ze gerichte communicatie en strategisch advies leveren om ervoor te zorgen dat klanten de beste resultaten behalen.

### Voordelen van MVO

DHR gelooft dat CSR meerdere voordelen heeft. Het stelt werknemers in staat om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen, nieuwe mensen te ontmoeten en aan projecten te werken die buiten hun comfortzone liggen. Het biedt kansen en stelt hen in staat om samenwerking en netwerken tussen klanten uit verschillende sectoren te

faciliteren.

Het belangrijkste is dat ze weten  
ze kunnen ondersteuning bieden  
aan goede doelen,

 organisaties en individuen waar DHR zich sterk voor inzet.



## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

**Milieu** DHR zet zich op de volgende manieren in om de impact van het bedrijf op het milieu te verminderen:

- Voortdurend hun ecologische voetafdruk verkleinen (waar mogelijk lopen, fietsen of het openbaar vervoer nemen naar vergaderingen; het 'Bike to Work'-programma voor medewerkers ondersteunen, enz.)
- De energie-efficiëntie van hun bedrijf maximaliseren (lichten en elektrische apparatuur uitschakelen als ze niet in gebruik zijn, energiezuinige producten aanschaffen voor kantoor, enz.)
- hun afval verminderen, hergebruiken en recycleren (zoveel mogelijk een 'papiervrij' kantoor; gebruik van gerecycled papier)

**Gemeenschap** DHR heeft een scherp besef van hun locatie in het hart van The Liberties en is sterk toegewijd aan het verbeteren van de lokale gemeenschap in Dublin en de omliggende gebieden om haar potentieel te bereiken. Dit doen ze door:

- PR-ondersteuning bieden aan verschillende lokale groepen - gebruikmakend van hun ervaring in mediarelaties, politieke communicatie en betrokkenheid van belanghebbenden om een beter imago van The Liberties te promoten en samen te werken met lokale mensen om ervoor te zorgen dat de gemeenschap haar volledige potentieel bereikt. Ze hebben samengewerkt met hun burens in Francis Street, Cuckoo Events, voor het Liberties Festival 2018.
- Het organiseren en geven van tweemaaljaarlijkse pro-bonotrainingen voor organisaties die voornamelijk werkzaam zijn in de NGO-, belangenbehartigings- en culturele sector. Deze sessies zijn gericht op communicatietraining op het gebied van presentatievaardigheden en schrijven voor media en sociale media.

**Werkplek** Hun werknemers vormen het hart van het bedrijf en DHR wil hen op de volgende manieren ondersteunen:

- Het bieden van een reeks mogelijkheden voor continue training en professionele ontwikkeling.
- Wekelijks gratis een gezonde fruitmand en ontbijtproducten.
- Mogelijkheden bieden om deel te nemen aan op vaardigheden gebaseerde vrijwilligersactiviteiten en de mogelijkheid om werktijd te gebruiken om vrijwilligerswerk te doen.
- Een cultuur van openheid, transparantie en gelijke kansen creëren.
- Uitstekende prestaties belonen met positieve erkenning en beloning.

**Marktplaats** Een van de waarden die ten grondslag liggen aan het werk van DHR is de toewijding aan hoge ethische normen. Ze werken niet samen met bedrijven of agenten die tabak, alcohol of suiker

promoten. In plaats daarvan werken ze voornamelijk met organisaties die streven naar positieve maatschappelijke verandering, waarbij ze duurzame leveranciers proberen te engageren.

De steun

van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie vormt geen goedkeuring

De Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor het gebruik van de informatie die erin is vervat 2020-1-DE02-KA202-007503.



Colin Harmon is viervoudig Iers Barista-kampioen en eigenaar van 3fe Coffee in Dublin, een van de meest innovatieve en vooruitstrevende koffiespecialisten ter wereld. Zijn werk op het gebied van koffie heeft zich uitgebreid naar branden, training en advieswerk, evenals het ontwikkelen van koffieapparatuur voor de specialiteitenmarkt en daarbuiten. 3fe heeft een bedrijfsbreed project dat zich bezighoudt met de circulaire economie, door middel van inventieve oplossingen voor voedselverspilling in hun cafés en het vinden van nieuwe toepassingen voor industrieel afval in hun branderij.

<https://3fe.com/>

[MVO-strategie](#)

[Duurzaamheid bij 3fe Week](#)

[1 Duurzaamheid bij 3fe](#)

[Week 2 Duurzaamheid bij](#)

[3fe Week 14](#)

### Voordelen van MVO

- Hun voedselverspilling teruggebracht van 8 kg per dag naar 2-3 kg per dag op hun vlaggenschiplocatie. Bijna 2 ton afval uit hun branderij kan worden hergebruikt door andere bedrijven.
- Bespaarde geld op de verschuldigde vuilnisophoalkosten en maakte extra winst uit hergebruikt voedselafval.
- Het heeft bijgedragen aan het veranderen van de bredere cultuur binnen het bedrijf in de richting van duurzaamheid.
- Marketingvoordelen op korte en lange



termijn, door een  
breder bekendheid van

het merk 3fe als een op duurzaamheid  
gericht bedrijf.  
bedrijf.

Three horizontal white lines on a dark green background, serving as a placeholder for text.



CLICK  
TO VIEW



Onze compostbakken zijn misschien niet mooi om te zien, maar ze zijn wel mooi belangrijk voor ons duurzaamheidsprogra

## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

3fe heeft een stap gezet in de richting van [duurzaamheid](#). Het is iets dat altijd in ons achterhoofd heeft gezeten en waarschijnlijk doen we al veel zonder erbij na te denken, zoals het recyclen van ons afval en het gebruik van lokale leveranciers, maar we denken dat een gezamenlijke inspanning om het goed te doen beter is voor het milieu, onze leveranciers en voor ons als we in alle opzichten een vooruitstrevender bedrijf willen zijn.

Het lidmaatschap van [de Sustainability Restaurant Award](#) heeft ons geholpen om dit te bereiken. Het enige andere restaurant in Ierland dat deze prijs op dit moment heeft, is Loam in Galway, een restaurant met een Michelin-ster. Ik weet zeker dat veel van jullie denken, maar zij zijn een Michelin-sterrenrestaurant - tuurlijk! Maar wij dachten: waarom niet? We vinden het belangrijk en we willen een beter bedrijf zijn, dus dit is de volgende stap. We zijn zelfs van mening dat een duurzaam bedrijf de enige manier is om tegenwoordig een bedrijf te runnen.

3fe heeft zijn MVO-activiteiten gekoppeld aan het 'Towards Responsible Business' - Irelands National Plan on CSR 2017-2020. Ze stelden vast welke Sustainable Development Goals gekoppeld zijn aan hun MVO-initiatieven en richtten vervolgens een 'duurzaamheidsteam' op dat bestaat uit mensen uit verschillende bedrijfsonderdelen om ideeën uit te wisselen en over de hele linie veranderingen door te voeren.

3fe heeft een goed doordachte en succesvolle MVO-campagne die in het hele bedrijf al resultaten heeft opgeleverd. Er zijn volop mogelijkheden om hun klanten bij hun MVO-activiteiten te betrekken, aangezien de meeste zijn gebaseerd op interne bedrijfsactiviteiten (afvalvermindering) of partnerschappen met andere groepen.

Veel koffiezaken bieden 'geschorste koffie' aan, waarbij de klant een extra kopje koopt dat wordt betaald maar alleen wordt gebruikt als iemand in nood het nodig heeft. 3fe biedt ook betaalde koffieleessen aan, die gemakkelijk gratis kunnen worden aangeboden aan tieners of kansarme mensen die op zoek zijn naar vaardigheden. Ze recyclen koffiedik ook als compost, maken voedingsmiddelen van





De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld.

voor elk gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie in 2020-1-DE02-KA202-007503.







## Casestudie

### Welkom Hotel

#### Bedrijf & land

Hotel Doolin, Clare, Ierland

#### Starten/MKB, Werknemers

MKB met 120 werknemers

#### Categorie industrie

Toerisme, Boetiekhotel

#### Adres website

<https://www.hoteldoolin.ie/>

#### MVO-strategie

<https://www.hoteldoolin.ie/corporate-en-sociale-verantwoordelijkheid.html>



## CSR Ready

green, fair & competitive businesses

Hotel Doolin is het eerste gecertificeerde CO2-neutrale hotel in Ierland. Hotel Doolin is een boetiekhotel met 17 luxe slaapkamers, een gastenverblijf, een restaurant, een Eco Wedding & Events Barn...en nog veel meer. Het hotel heeft tal van prijzen gewonnen, waaronder de Irish Medium-Sized Green Organisation of the Year 2019/2021 bij de Green Awards, de Green Team Sustainability award 2021 en de Chambers Ireland CSR Award 2019.

#### Voordelen van MVO

- Een kleinere ecologische voetafdruk, teambuilding, geld inzamelen voor goede doelen die ons na aan het hart liggen en zorgen voor de prachtige omgeving waarin we zo gelukkig mogen leven en werken.
- Koolstofneutraal. Geld besparen door groen te zijn. Lagere kosten voor initiatieven op het gebied van energie, water en afval. We zijn CO2-neutraal geworden. - Personeel behouden en personeelsverloop verminderen. *Ons verbruik in 2017 was 465 ton koolstof, vergeleken met een verwachte 110 ton aan het eind van dit jaar (artikel 2019).*
- Toename van zaken met steun van de gemeenschap. *Sinds het delen van hun*

*betrokkenheid voor  
duurzame praktijken, is  
het bedrijf gegroeid met*

 *dertig procent.*



*Sinds we onze toewijding aan duurzame praktijken hebben gedeeld, is het bedrijf met dertig procent gegroeid'.*

## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven



Dit is de visie van [Hotel Doolin](#) in Doolin, Co. Clare. In 2013 lanceerden ze hun Green Team Initiative als een manier om een CO2-neutraal hotel te worden. Onderdeel hiervan is het planten van bomen na elke bruiloft die in het hotel wordt gehouden, het organiseren van schoonmaakacties langs de kust en het kweken van eigen fruit en groenten. Als onderdeel van het Green Program Het hotel verkoopt geen plastic flessen op het terrein. Ze hebben ook een [CSR-programma voor de gemeenschap](#)

Hotel Doolin heeft de normale hotelpraktijken opnieuw ontworpen door een positieve bijdrage te leveren door hun producten, processen en diensten te innoveren, die op zichzelf al floreren vanuit zowel economisch als milieuoogpunt. Ze hebben een [milieubeleid](#) gepubliceerd.

Ze hebben hun [Green Hospitality Program](#) opgezet met hun 3 P's (People, Planet en Profit) en hun doelstellingen voor Reduce, Reuse en Recycle.

Ze hebben ook het [Green Initiatives Program, Eco Barn, Water Efficiency Program](#) en [Minimising Traffic](#).

Ze hebben ook een inkoop- en groenmanager aangenomen en een intern [groen team](#) opgezet waar ze trainingen geven. Voorbeelden van acties: ze gebruiken alleen groene stroom, 75% van hun producten komt uit een straal van 30 mijl, ze verbouwen hun eigen groenten in een polytunnel van 15 meter.

Hotel Doolin heeft acties ondernomen voor alle SDG's ([volledige informatie hier](#)), bijv. SDG 2 controleert voedselverspilling en heeft KPI's opgesteld. SDG 3 heeft het initiatief 'Smiling on the Inside'. SDG 4 gebruikt alleen groene stroom en heeft een Eco Schuur met A rating. SDG 13 studenten en nieuwe medewerkers opleiden om deel uit te maken van het Hotel Green Team.





## Casestudie

### Marino Software

#### Bedrijf & land

Marino Software, Dublin, Ierland

#### Starten/MKB, Werknemers

KMO met 38 werknemers

#### Categorie industrie

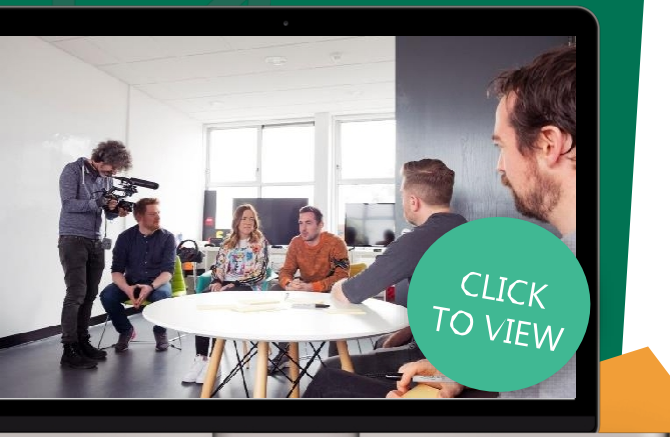
Consultancy mobiele software

#### Adres website

<http://www.marinosoftware.com>

#### MVO-strategie

<https://www.marinosoftware.com/case-studies/big-life-fix>



**Marino Software** zijn technologen die problemen oplossen zodat bedrijven hun technologische problemen overal kunnen oplossen. Ze werken op het gebied van productversnelling, gebruikersonderzoek, ervaringsontwerp en softwareontwikkeling.

#### Voordelen van MVO

- Promotie gekregen via het RTE 1-programma "Big Life Fix" - hun MVO-werk op tv in het voorjaar van 2020.
- Aanbevolen in Chambers 2020 Brochure met prijzen - [pag. 62-63](#)

De promotie kwam ook van online artikelen

- [Tech Central Software](#) ontwikkeld om de stem op te nemen van een vrouw met motorneuronziekte
- [Ierse vereniging voor motorneuronziekte](#) Big Life

Fix  
Kenmerken Jonge  
moeder met





*Werken met Róisín was echt een inspiratie voor alle betrokkenen. We wilden haar leven positief beïnvloeden en hopelijk is dat gelukt. Wat we niet hadden verwacht, was de impact die Róisín op ons en onze manier van werken zou hebben.*



## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

### Sociale impact - mensen in nood helpen, Big Life Fix

Marino hielp Róisín, die aan motorneuronziekte lijdt, om met haar dierbaren te communiceren met behulp van een gedigitaliseerde versie van haar eigen stem. Als onderdeel van het RTE's Big Life Fix programma dat een aantal ontwerpers, ingenieurs, computerprogrammeurs en technologie-experts samenbrengt om hulpmiddelen te creëren die het leven van mensen radicaal zullen verbeteren. Het team van Marino ontwikkelde een app waarmee ze audio en video's kon opnemen met haar eigen stem - haar gedachten, ervaringen en gevoelens vastleggen en haar laten kiezen met wie ze die wil delen. Ze deden dit door middel van een combinatie van opnames en AI-gegenereerde zinnen voor Róisins digitale stem. Het doel hiervan was om haar eigen stem zo dicht mogelijk te benaderen. Met behulp van een MVP-benadering bouwden ze een oplossing die ze meteen op haar tablet kon gebruiken.

Dit specifieke Nature of the Big Life Fix-initiatief was een unieke CSR-actie. Door een slimme soundboard-app en gebruiksvriendelijke audio-/videorecorder te maken die automatisch wordt bijgewerkt op basis van haar spraak, kan Roisin blijven communiceren nadat ze haar stem is kwijtgeraakt. ([Zo heeft Marino het gedaan](#))

"In de loop van zes maanden hebben we samen met Roisin in kaart gebracht welke soorten gesprekken ze het vaakst voert en waarschijnlijk zal blijven voeren - van gesprekken met haar kinderen over school tot typisch Ierse discussies over het weer", aldus Garrett Sheridan van Marino Software.

"We gebruikten een combinatie van opnames en AI-gegenereerde zinnen om de digitale stem van Roisin zo dicht mogelijk bij haar eigen stem te krijgen en bouwden een oplossing die ze op haar tablet kon gaan gebruiken. Het werken met Roisin was een inspiratie voor alle betrokkenen. "

"We wilden haar leven positief beïnvloeden en hopelijk is dat gelukt. Er is een enorme kans om mensen te helpen door middel van design en technologie en ons team is enthousiast over het vergroten van het bewustzijn hierover."

Marina zamelt ook actief donaties in voor goede doelen via sociale media - [Twitter](#)







TEG is een gespecialiseerd ingenieurbureau dat op maat gemaakte oplossingen biedt aan de luchtvaart-, biofarmaceutische en farmaceutische industrieën. Het bedrijf heeft zijn hoofdkantoor in Nederland en ondersteunt klanten in meer dan 30 landen met snelle en effectieve oplossingen. Als een door EASA Part 21(G) goedgekeurde productieorganisatie heeft TEG toestemming om nieuwe vliegtuigonderdelen te produceren tot en met primaire structurele elementen voor vliegtuigen.

### Voordelen van MVO

- In het kader van het CSR Marketplace-initiatief hebben ze een [programma voor toeleveringscapaciteit en duurzaamheid](#) opgezet om de prestaties van leveranciers te monitoren, waardoor leveranciers een veel duidelijker beeld hebben van hun verwachtingen en kunnen zien hoe andere leveranciers ten opzichte van die verwachtingen presteren.
- Door de impact op het milieu te verminderen, [hebben](#) ze [bespaard](#) op hun energierekeningen. Ze hebben €3000 per jaar bespaard op hun stroomverbruik, €5000 bespaard per

[TEG CSR](#)  
[Duurzaamheidsstrategie](#)



jaar op hun  
compressorproject  
aanvullend  
productieplannen

mer, we 60 tot 80% maakt.

- Het heeft onze reputatie opgebouwd en ervoor gezorgd dat we een betrouwbare partner en bedrijf zijn. om mee en voor te werken.

---



---



---





Onze compostbakken zijn misschien niet mooi om te zien, maar ze zijn wel mooi belangrijk voor ons duurzaamheidsprogramma



## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

### Activiteiten van de Gemeenschap

- **Ondersteuning van lokale sportteams** Hoofdsponsor van het fondsenwervingscomité van Westmeath GAA
- **Samenwerken met scholen en hogescholen om** de ontwikkeling van technische loopbanen in onze regio voor jongeren, werklozen en vrouwen actief aan te moedigen.
- Waar mogelijk **lokale leveranciers ondersteunen**
- **Lokale werkgelegenheid ondersteunen** en een jaarlijks stageprogramma aanbieden
- **Dekbeddagverloting** georganiseerd door het personeel

### Milieueffecten Activiteiten

- **Energiebesparing** heeft geleid tot 60% energiebesparing en een financiële besparing van €45.000 per jaar.
- **Afvalbeheer** hergebruikt verpakkingsmateriaal en versnipperd oud papier voor recycling
- **Waterbeheer** vermindert afvalwater door het te verdampen en te recyclen
- **Personeelstraining** over milieubewustzijn, minimaliseren van afval, energie en water
- **Productontwerp** door onderdelen te ontwerpen die langer meegaan en afval te verminderen
- **Bike to Work Scheme** en het installeren van een douche
- **EcoMerit-milieucertificaat** ondersteund door EPA

### Werkplaats

- **Training en ontwikkeling van personeel** en beloningstraining
- **Loyaliteitsbeloningen en voordelen** als waardering voor hard werken en toewijding
- **Diversiteit** van 86 werknemers: vier vrouwen
- **Welzijn van werknemers** via het Maand van het Welzijn-programma, Good to Talk-sessies

### Marktplaats

- **Informatie over productkwaliteit**
- **Betalingsbeleid** van 30 dagen aan leveranciers
- **Leverancierscommunicatie** via leveranciersprestatierapport
- **Kwaliteit en erkenning door de industrie** via klantenservice en zakelijke





De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor het gebruik van de informatie die erin is vervat 2020-1-DE02-KA202-007503.



# VivaGreen®



## Casestudie

*Levend groen*

### Bedrijf & land

Viva Green, Dublin, Ierland

### Starten/MKB, Werknemers

MKB met 16 werknemers

### Categorie industrie

Milieuvriendelijke producten

### Adres website

<https://vivagreengroup.com/about-us/>

### MVO-strategie

<http://www.csrhub.ie/csr-case-studies/vivagreen-case-study-voor-download.pdf>




## CSR Ready

green, fair & competitive businesses

VivaGreen is wereldleider in onderzoek en ontwikkeling van biologisch afbreekbare, chemicaliënvrije, plasticvrije en circulaire economie producten en zet zich in voor de productie van milieuvriendelijke producten van de hoogste kwaliteit. VivaGreen is pionier in duurzame praktijken en producten die zowel de planeet als haar bewoners beschermen. Door [producten](#) te formuleren van natuurlijke oorsprong en duurzame bronnen produceren ze een breed scala aan biologisch afbreekbare, plasticvrije en chemievrije producten voor tuin- en landschapsarchitectuur (bijv. groene haringen, gazononderhoud, mosverdelger) en het huishouden (bijv. composteerbare tassen, DE-geur, fruit- en groentezakken, herbruikbare lunchtassen).

### Voordelen van MVO

CSR vormt de kern van wat we doen en waar we voor staan. Als andere bedrijven MVO-initiatieven nemen, zal dat volgens ons de vraag naar producten als de onze stimuleren. *Voor ons als bedrijf is MVO baanbrekend geweest. Het heeft ons geholpen om de omzet de afgelopen 2 jaar met 100% te laten groeien en +65% van de omzet wordt geëxporteerd.*

*Onze producten helpen dus niet alleen Ierland, maar de hele wereld. Hogere omzet op markten over de hele wereld omdat consumenten en bedrijven overschakelen op meer  duurzame producten en praktijken.*



*Onze Tru Eco™-reeks biedt een hervuloplossing, waardoor een product met een circulaire economie ontstaat en de kringloop van plastic afval wordt gesloten. Door bij te vullen verkleinen consumenten hun ecologische voetafdruk, minimaliseren ze het plastic afval en verlagen ze de koolstofuitstoot.*



## Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

### Milieu - negatieve milieueffecten minimaliseren

We zetten ons in voor onderzoek en ontwikkeling van innovatieve producten gemaakt van hernieuwbare bronnen. Waar mogelijk worden deze producten lokaal gemaakt, zodat we onze ecologische voetafdruk kunnen minimaliseren. Het is onze missie om producten zo te ontwikkelen dat ze, wanneer ze hun functie hebben vervuld, worden afgebroken tot natuurlijke bijproducten zonder impact op het milieu.

### Sociale impact - interactie met de lokale gemeenschap, partners en organisaties

**Jeugd, onderwijs en onderzoek:** VivaGreen is toegewijd aan het opleiden van een nieuwe generatie om de groene beweging aan te moedigen, door actief betrokken te zijn bij de lokale gemeenschap en door lokale projecten te helpen. Onderzoek met klanten, gemeenschappen en milieudeskundigen is van vitaal belang voor VivaGreen omdat dit probleemgebieden aan het licht brengt die de ontwikkeling van nieuwe, groene oplossingen stimuleren.

**Groene impact mogelijk maken:** VivaGreen producten zijn ontworpen om individuen, bedrijven en gemeenschappen in staat te stellen schadelijke producten te vervangen door milieuvriendelijke alternatieven. Samenwerkingsverbanden met lokale gemeenschappen en lokale projecten bieden ons de mogelijkheid om doelen te ondersteunen die een positieve impact hebben. Deze steun kan bestaan uit opleiding, productmonsters en mankracht.

### Marktplaats - interactie met partners en organisaties uit de lokale gemeenschap.

Onze ervaring is dat klanten van bedrijven een meer verantwoordelijke benadering verwachten in hun manier van werken. Wij doen dit door ethisch en lokaal in te kopen en samen te werken met de lokale markt. Het is een belangrijk element geworden in onze marketingstrategie, zodat we bestaande klanten kunnen behouden en nieuwe klanten kunnen aantrekken. Door Ethical Sourcing worden VivaGreen producten gemaakt van ethisch ingekochte ingrediënten die afkomstig zijn van natuurlijke oorsprong en duurzame bronnen. Voor toekomstige productontwikkeling blijven we kijken en luisteren naar wat de markt vraagt, omdat



steeds meer bedrijven (en individuen) hun manier van denken, inkopen en gebruiken aanpassen om meer rekening te houden met de wereld om hen heen.



De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld.

voor elk gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie in 2020-1-DE02-KA202-007503.