



Afbeelding overgenomen van @alliancefc op Unsplash

Casestudie

Johan Cruyff Institute

Bedrijf & land

Cruyff instituut, Nederland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 150+ werknemers

Categorie industrie

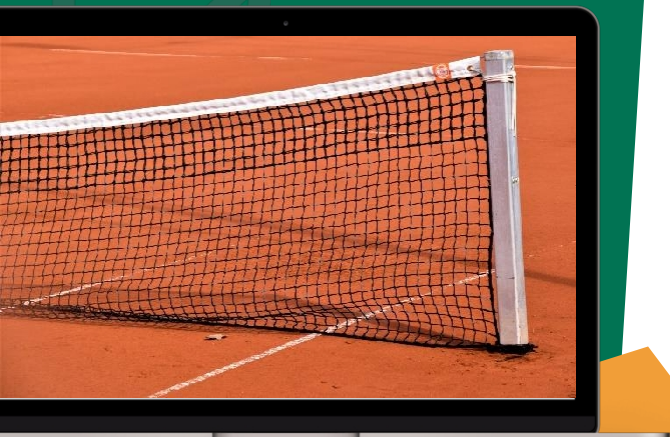
Hoger onderwijs, sport, sportmanagement

Adres website

<https://cruyffinstitute.nl/en/>

MVO-strategie

<https://cruyffinstitute.nl/en/corporate-maatschappelijke-verantwoordelijkheid/>



Afbeelding overgenomen van @waldemarbrandt67w op Unsplash

Het Johan Cruyff Institute leidt atleten, sport- en bedrijfsprofessionals op tot leiders in sportmanagement. Het instituut is een krachtige mix van professoren, medewerkers en partners die een passie delen voor het opleiden van de volgende generatie leiders in de sportbusiness ten voordele van alle atleten, sportpartners, organisaties en de studenten zelf. Het Johan Cruyff Institute biedt onsite en on-campus wereldwijde leerprogramma's in Sport Management, Sport Marketing, Sponsoring, Coaching en Voetbal Business. Zij zijn de volgende generatie leiders die klaar zijn om sportorganisaties over de hele wereld te leiden.

Voordelen van MVO

- Ontwikkeling van verantwoordelijke leiders van de toekomst door het onderwijzen van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in hun programma's.
- Bijdragen aan het bereiken van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen door verantwoord managementonderwijs.
- Waarborging van ethisch gedrag in de sportbusiness.



Wij zijn ervan overtuigd dat de belangen van de professionele sport alleen door ethisch zakendoen op de lange termijn gewaarborgd kunnen worden. De ontwikkeling van maatschappelijk verantwoordelijke leiders in de sportbusiness is essentieel om dit doel te bereiken. Dit is waar het Johan Cruyff Institute voor staat.



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) programma van het Johan Cruyff Institute richt zich op drie pijlers: (1) de maatschappelijke betrokkenheid van de deelnemende sportentiteiten van het instituut en ervoor zorgen dat atleten hun carrière kunnen ontwikkelen via (2) het Cruyff Athlete Fund en (3) de Johan Cruyff Foundation.

Elke potentiële partner, geassocieerde entiteit, sponsor, ambassadeur of vertegenwoordiger wordt gescreend op moreel gedrag en overeenstemming met de bedrijfswaarden van het instituut voordat ze kunnen deelnemen aan een van hun projecten. Medewerkers, studenten, docenten, medewerkers en partners van het Johan Cruyff Institute onderschrijven en respecteren de [gedragscode van het Johan Cruyff Institute](#).

Een andere belangrijke pijler van het MVO-programma van het Johan Cruyff Institute is The Cruyff Athlete Fund, dat professionele minderheidssporters en sporters die op het punt staan de overstap te maken naar het management van sport, in staat stelt een postdoctorale of masteropleiding aan het Johan Cruyff Institute te volgen. Voor elke nieuwe opleiding selecteert de academische toelatingscommissie van The Cruyff Athlete Fund een aantal kandidaten (die voldoen aan de gestelde toelatingsvoorwaarden) en ondersteunt hen met studiefinanciering tot 100 procent. Het doel is om leiders in de sportindustrie op te leiden die de belangen van de sport het beste kunnen verdedigen, ongeacht hun ras, religie, geslacht, nationale afkomst, seksuele geaardheid, leeftijd of inkomensniveau.

De derde pijler van het MVO-programma is de [Johan Cruyff Foundation](#). De stichting helpt kinderen en jongeren hun levenskwaliteit te verbeteren door middel van sport en beweging. Het instituut ondersteunt de Johan Cruyff Foundation door middel van vrijwilligerswerk, ondersteunende diensten en financiering van speciale projecten. Daarnaast is het instituut lid van de Principles for Responsible [Management Education \(PRME\)](#). PRME is een door de Verenigde Naties gesteund initiatief van instellingen voor hoger onderwijs die zich inzetten voor het transformeren van bedrijfs- en managementonderwijs, het werken aan de ontwikkeling van

verantwoordelijke leiders van de toekomst en het behalen van de Sustainable Development Goals door middel van verantwoord managementonderwijs.

Disclaimer: Alle gebruikte informatie is afkomstig van de website van het Cruyff Institute (<https://johancruyffinstitute.com/en/>).



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

Afbeelding overgenomen van @helloimnik op Unsplash

Casestudie

Tony's chocolade

Bedrijf & land

Tony's Choclonely, Nederland

Starten/MKB, Werknemers

KMO met 243

Categorie industrie

Eten en drinken, snoepgoed, cacao productie

Website adres

<https://tonyschoclonely.com/nl/en>

MVO-strategie

<https://tonyschoclonely.com/nl/en/our-mission>



Tony's Chocolonely is een Nederlands zoetwarenbedrijf dat is opgericht in 2005. Tony's Chocolonely is inmiddels uitgegroeid tot 243 werknemers in 2020 en gebruikt Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen als een belangrijke pijler van hun bedrijfsvoering. Tony's missie is om 100% slaafvrije praktijken de norm te maken in de chocolade-industrie. Om dit doel te bereiken werkt Tony rond de volgende 3 actiepilers: 1) Bewustwording; 2) Het goede voorbeeld geven en 3) Inspireren tot actie.

Voordelen van MVO

- Om bij te dragen aan de ethische bevoorrading van de chocolade-industrie en om hun missie van 100% slaafvrije chocolade als norm te bereiken.
- Het goede voorbeeld geven in de chocolade-industrie door een transparant voorbeeld van goede praktijken te geven dat het bedrijf anderen aanmoedigt om te volgen.
- Tony's Chocolonely profiteert van de toegenomen verkoop door de groeiende vraag naar ethische chocolade. Tony's Chocolonely verkocht in 2021 46.233.862 chocoladerepen.



Afbeelding opgehaald van
@admanbismc op Unsplash



*Onze missie: samen
zorgen dat 100% slaafvrij
de norm wordt in
chocolade.*

Tony's chocolade



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Om het doel te bereiken dat 100% slaafvrije chocolade de norm wordt voor de productie van chocolade, heeft Tony's Chocolonely een routekaart opgesteld die zijn langetermijndoelen schetst. De routekaart bestaat uit 3 actiepijlers: 1) Bewustmaking; 2) Het goede voorbeeld geven en 3) Inspireren tot actie. Sinds de oprichting in 2005 is Tony's bezig met het creëren van bewustzijn rondom verantwoorde chocoladeproductie; Tony's vindt het belangrijk dat cacaoboeren en mensen in cacaogemeenschappen zich realiseren wat wel en niet mag. Daarnaast wil Tony dat alle chocoladefans zich bewust zijn van het onrecht in de chocolade-industrie. Op deze manier, als winkeliers en chocoladefans actief ethisch geproduceerde chocolade eisen, is de kans groter dat chocoladebedrijven verantwoordelijkheid nemen om dit te realiseren.

Sinds 2012 geeft Tony's het goede voorbeeld door te laten zien dat chocolade op een andere manier gemaakt kan worden, waarbij iedereen in de toeleveringsketen eerlijk wordt behandeld. Tony's heeft commercieel succesvolle chocolade gemaakt zonder gebruik te maken van moderne slavernij of uitbuiting. Tony's investeert in langdurige partnerschappen met cacaoboeren, maakt eerlijkere prijsafspraken en laat cacaoboeren zien hoe ze zich beter kunnen organiseren en hun productiviteit kunnen verbeteren, zodat ze een fatsoenlijk inkomen kunnen verdienen.

Sinds 2019 heeft Tony andere belangrijke spelers geïnspireerd om actie te ondernemen en is hij actief op zoek naar partners die ons model toepassen. Elk jaar publiceert het bedrijf een verslag met zijn KPI's en impact van het jaar, om de lessen die ze hebben geleerd te delen en open te blijven staan voor discussie. Daarnaast onderhoudt Tony een voortdurende dialoog met politici, NGO's en de academische wereld om de druk op de industrie te verhogen om hun 5 sourcingprincipes voor slaafvrije cacao over te nemen.

Disclaimer: Alle gebruikte informatie is afkomstig van de Tony's Chocolonely Website (<https://tonyschocolonely.com/nl/en>).



Systeem voor toezicht op en aanpak van kinderarbeid (CLMRS)

Daarnaast heeft Tony's het [Child Labor Monitoring & Remediation System](#) (CLMRS) geïmplementeerd bij zijn partnercoöperaties in Ghana en Ivoorkust. Dit systeem is ontwikkeld door International Cocoa Initiative (ICI) en Nestlé en helpt de partnercoöperaties van Tony's om gevallen van illegale kinderarbeid te identificeren, oplossingen te vinden en het gebruik van illegale kinderarbeid te voorkomen door bewustwording over het onderwerp te vergroten. Het CLMRS heeft als doel om kinderen binnen 6 tot 12 maanden na identificatie uit een situatie van illegale kinderarbeid te halen. Met de hulp van Tony's en ICI zijn de coöperaties waar Tony's mee samenwerkt het systeem aan het uitrollen naar al hun leden, vooral de boeren waar we mee samenwerken, zodat de hele gemeenschap wordt bereikt.



Afbeelding overgenomen van @ellyfilho op Unsplash

Casestudie

Holland Recycling

Bedrijf & land

Holland Recycling, Nederland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 11 werknemers

Categorie industrie

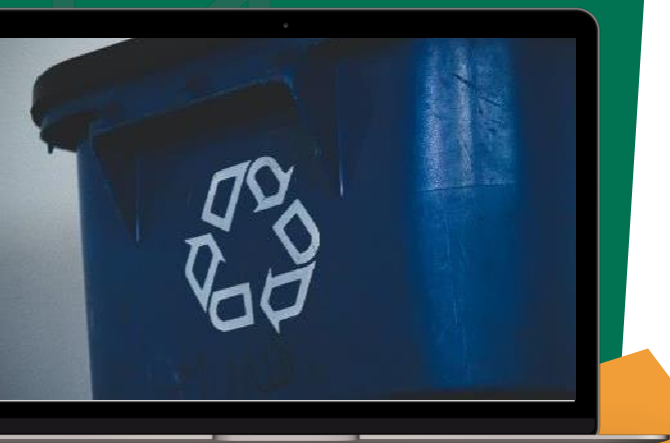
*Afvalbeheer, recycling, gegevens
Vernietiging*

Website Adres

<https://www.hollandrecycling.com/>

MVO-strategie

<https://www.hollandrecycling.com/sustainability-csr/>



Holland Recycling is opgericht in 2020 als holistische leverancier van afvaloplossingen. Het bedrijf specialiseerde zich in de inzameling en verwerking van hoogwaardig e-waste. Naast het recyclen van e-waste richt Holland Recycling zich ook op het opknappen van grootschalige hardware en is het bedrijf specialist op het gebied van datavernietiging. Het bedrijf kan data mechanisch, door middel van shredderen en met software vernietigen. Dutch Hardware Trading (DHT) is nu ook geïntegreerd in Holland Recycling onder de naam [Holland Recycling Hergebruik](#). DHT is ontstaan vanuit de gedachte dat elektronica vaak te snel wordt gerecycled, de visie van het bedrijf was om elektronica een tweede leven te geven. Holland Recycling wil zo circulair mogelijk werken en heeft MVO verweven in de organisatie.

Voordelen van MVO

- Bijdrage aan de ontwikkeling van de circulaire economie.
- Marktleiders op het gebied van e-waste en recycling.
- Een heel businessmodel gebaseerd op afval, een steeds lucratievere sector.





Afbeelding
overgenomen van
@ellyfilho op
Unsplash

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen zit verweven in onze organisatie. Zo steunen we verschillende goede doelen, zijn we lid van het MVO-initiatief AANtWERK, hebben we veel mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt in dienst en proberen we uitsluitend samen te werken met partners die de waarden en normen van Holland Recycling delen.



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen zit verweven in de organisatie van Holland Recycling. Ze steunen verschillende goede doelen, zijn lid van het MVO-initiatief AANtWERK, hebben veel mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt in dienst en proberen uitsluitend samen te werken met partners die de waarden en normen van Holland Recycling delen.

Holland Recycling promoot MVO actief door trots lid te zijn van [AANtWERK](#). AANtWERK is een platform voor werkgevers die zich inzetten voor maatschappelijk verantwoord en inclusief ondernemen. Het begon op 22 april 2013 met een oprichtersbijeenkomst. AANtWERK is een initiatief van IBN, Weener XL, WSD en 21 werkgevers. Het is ontstaan vanuit een grote behoefte om elkaar en anderen te inspireren en te informeren over inclusief ondernemen. Het doel is om MVO in de regio's Eindhoven, Tilburg en Den Bosch te bevorderen. Het platform heeft zich ten doel gesteld om uiteindelijk uit te groeien tot meer dan 200 partners. De organisaties verenigd in de stichting willen de extra ondersteuning bieden die nodig is voor mensen die moeite hebben om voet aan de grond te krijgen op de arbeidsmarkt.

Recycling Holland vindt een belangrijk aspect van MVO de manier waarop bedrijven omgaan met hun personeel en mensen binnen en buiten hun werkomgeving. Holland recycling helpt medewerkers met een achterstand tot de arbeidsmarkt de stap te maken naar de reguliere arbeidsmarkt.

Tot slot is Holland Recycling ISO 14001 gecertificeerd, wat betekent dat ze voortdurend werken aan het verbeteren van de impact van hun bedrijf op het milieu. Ze zijn bijvoorbeeld voortdurend op zoek naar manieren om energie te besparen. Daarnaast houdt het bedrijf zich ook op de hoogte van alle laatste ontwikkelingen op het gebied van technieken die een zo hoog mogelijk recyclingpercentage opleveren. Op deze manier proberen ze zoveel mogelijk waardevolle en steeds zeldzamer wordende grondstoffen uit elektronische producten terug te winnen. Zo hopen ze ervoor te zorgen dat er in de toekomst

voldoende grondstoffen beschikbaar blijven voor hun kinderen en kleinkinderen.



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.



Disclaimer: Alle gebruikte informatie is afkomstig van de website van Holland Recycling (<https://www.hollandrecycling.com/>).



Afbeelding overgenomen van @robineero op Unsplash

Casestudie

De Klok Banden

Bedrijf & land

De Klok Banden, Nederland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 21 werknemers

Categorie industrie

Auto-industrie, banden

Adres website

<https://deklokbanden.com/?lang=en>

MVO-strategie

<https://deklokbanden.com/csr/?lang=en>



Afbeelding overgenomen van @arnosenoner op Unsplash

De Klok Banden is een snelgroeiende importeur van banden voor personenauto's, bestelwagens en vrachtwagens. De geschiedenis van De Klok Banden

B.V. begon in 1920 met de start van een kolen- en transportbedrijf in Rotterdam, dat later in de jaren vijftig en zestig olieproducten leverde. Eind jaren zestig begon De Klok Banden met een speciaalzaak voor banden. De eigen importmerken van De Klok Banden komen uit verschillende delen van de wereld; naast bekende merken als Bridgestone, Continental, Dunlop, Firestone, Fulda, Goodyear, Michelin, Pirelli, Vredestein, Uniroyal etc. is De Klok Banden exclusief importeur van de bandenmerken GT Radial, Kumho Tyre, Nankang, Nokian Tyres, Ovation en Sonar. De Klok Banden is ervan overtuigd dat succesvol ondernemen en duurzaamheid hand in hand gaan.

Voordelen van MVO

- De Klok Banden is een van de weinige aanbieders op de automarkt die de nadruk legt op duurzaamheid/kansarmen.
- Het bedrijf is een drijvende kracht in de automobielsector geworden op

het gebied van succesvol
duurzaam en
maatschappelijk
verantwoord ondernemen.



Afbeelding
overgenomen van
@enizyavuz op
Unsplash



We streven voortdurend naar de juiste balans tussen de pijlers van duurzaam ondernemen: medewerkers, milieu en maatschappij.

De Klok Banden



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Bij De Klok Banden B.V. staat duurzaam ondernemen hoog op de agenda; het bedrijf streeft voortdurend naar de juiste balans tussen de pijlers van duurzaam ondernemen: medewerkers, milieu en maatschappij. De Klok Banden gelooft in duurzame werkgelegenheid voor haar personeel. De Klok Banden maakt onder andere gebruik van scholing, job rotation en de inzet van hulpmiddelen om medewerkers gevarieerd, efficiënt en veilig hun werk te laten doen.

De Klok Banden zet zich in voor MVO door stagiaires en erkende vluchtelingen kansen te bieden. Door kandidaten ervaring op te laten doen in het bedrijf geeft De Klok Banden hen een basis voor hun verdere ontwikkeling in de maatschappij. Ook op het gebied van groen ondernemen zijn tal van initiatieven gestart.

Op het gebied van MVO voor het milieu heeft De Klok Banden al hun kantoren en gebouwen volledig uitgerust met LED-verlichting, wat resulteert in een aanzienlijke besparing op energieverbruik en CO₂-uitstoot. Bovendien is De Klok Banden in 2018 begonnen met het opwekken van alle energie die het gebruikt door middel van zonne-energie, toen er 1.000 zonnepanelen werden geïnstalleerd op een van de daken van de gebouwen van De Klok Banden.



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.





Fouder Dewi begon The Lekker Company in 2014. Met slechts 100 glazen potten, haar keukentafel en Pinterest om de weg te wijzen, was ze op een missie om natuurlijke huidverzorgingsproducten te maken waar mensen zich goed bij voelen. Pas in 2018, toen ze de aandacht trok van de Product Pitch Jury van Albert Heijn, de grootste supermarktketen van Nederland, groeide haar kleinschalige initiatief snel. Nu verkopen meer dan 2000 winkels in heel Europa de producten van The Lekker Company. Uiteindelijk wil The Lekker Company alle cosmeticaproducten produceren met dezelfde kernprincipes, 100% veganistisch, plasticvrij en schone, no-nonsense ingrediënten.

<https://www.thelekkercompany.com/>

<https://www.thelekkercompany.com/about-us>

<https://www.thelekkercompany.com/foundation>

Voordelen van MVO

- The Lekker Company is een leider in de duurzame huidverzorgingssector en biedt goede praktijken voor de rest van de industrie.
- De veganistische, natuurlijke huidverzorging van The Lekker Company is een veelgebruikt product voor mensen die willen kiezen voor duurzame huidverzorging.
- De Lekker Company Foundation kan haar missie om bij te dragen aan duurzaamheid bevorderen door



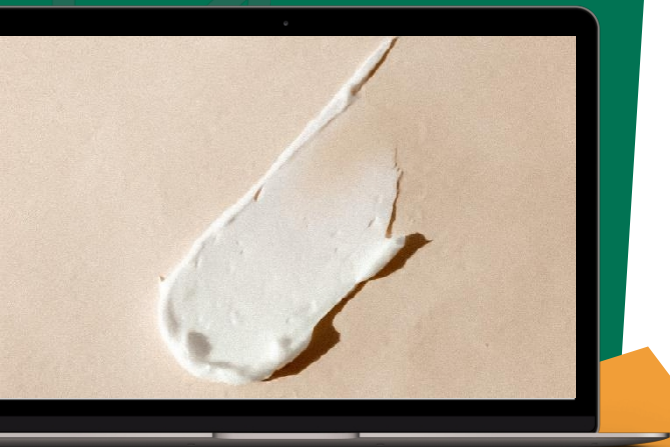
liefdadigheidsinstellingen steunen die

soortgelijke
verplichtingen.

1

Afbeelding overgenomen van @kelseycurtis op
Unsplash







*Het creëren van eerlijke
huidverzorging is iets waar we bij
Lekker gepassioneerd over zijn en
zo bewust en duurzaam mogelijk
willen blijven doen!*

De Lekker Onderneming



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

De Lekker Company gebruikt alleen natuurlijke ingrediënten van hoge kwaliteit in hun cosmetische producten en vermijdt chemicaliën die schadelijk zijn voor de mensen die ermee in contact komen en voor de planeet in het algemeen. De Lekker deodorant is volledig natuurlijk en veganistisch en wordt geleverd in een papieren potje, waardoor plastic afval wordt vermeden. Bovendien is Lekker wreedheidsvrij en heeft gezworen nooit op dieren te testen.

INCI termen voor ingrediënten op cosmetica zijn vaak moeilijk te begrijpen. Bij Lekker streven ze ernaar om alles zo eenvoudig en transparant mogelijk te houden; alle ingrediënten die worden gebruikt in Lekker producten worden vermeld in de begrijpelijke term, zodat klanten precies kunnen weten wat er op hun huid terechtkomt.

Vanaf januari 2021 heeft The Lekker Company The Lekker Foundation gelanceerd. Hierdoor zal The Lekker Company 1% van haar omzet doneren aan een goed doel of non-profitorganisatie die de planeet ten goede komt en dieren of mensen op een duurzame manier helpt. Het bedrijf zal elke 6 maanden een nieuwe organisatie steunen en aanbevelingen opvolgen en leren over verschillende initiatieven via de lekker community. Tot nu toe heeft de Lekker Foundation het volgende ondersteund: "Less Plastic", een oceaanliefhebbende, door een familie gerunde non-profitorganisatie in het Verenigd Koninkrijk die mensen bewust maakt van oceaanplastic en hoe dit te verminderen; en Reef Restoration Foundation, een non-profit sociale onderneming die een reeks op oceanen gebaseerde koraalkwekerijen opzet met behulp van een bewezen methode, die een deel van de oplossing is voor een gezond Great Barrier Reef.

Disclaimer: Alle gebruikte informatie is afkomstig van de website van The Lekker Company (<https://www.thelekkercompany.com/>).



Afbeelding overgenomen van @homajob op Unsplash

Casestudie

Koper8

Bedrijf & land

Koper8, Nederland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 15 werknemers

Categorie industrie

Managementadvies, productie & bouw

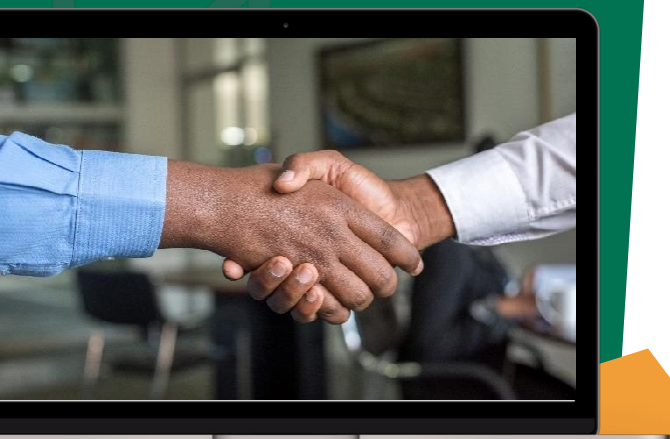
Website Adres

<https://www.copper8.com/en/>

MVO-strategie

[https://www.copper8.com/en/approac
h/](https://www.copper8.com/en/approac
h/)

[https://www.bcorporation.net/en-
us/find-a-b-corp/bedrijf/koper8](https://www.bcorporation.net/en-
us/find-a-b-corp/bedrijf/koper8)



Copper8 is opgericht in 2013 met een missie om een duurzame impact te maken in de productie- en bouwindustrie. Copper8 stelt dat het realiseren van ambitieuze duurzame projecten een andere manier van werken, een andere manier van samenwerken en een nieuw businessmodel vereist. Met dit inzicht helpen zij organisaties om ambitieuze duurzaamheidsprojecten te realiseren binnen krappe financiële budgetten. Copper8 initieert en faciliteert verbindingen tussen verschillende partners in de waardeketen om te werken aan gemeenschappelijke belangen en duurzaamheidsdoelen. Het team gelooft dat samenwerken op basis van vertrouwen essentieel is in een circulaire economie en daarom is hun businessmodel gebaseerd op vertrouwen in plaats van angst.

Voordelen van MVO

- Copper8 is marktleider op het gebied van ethische en duurzame adviespraktijken.
- Door een constante evaluatie van de behoeften en prestaties van hun bedrijf, zorgt Copper8 ervoor dat ze zo effectief en impactvol mogelijk werken.
- Door eerlijke en transparante praktijken bouwt Copper8 vertrouwen op bij klanten.
- Door hun balans tussen werk en privé beleid zorgt Cooper8 ervoor dat hun werknemers gelukkig en gezond zijn.



Onze missie is om een duurzame impact te hebben in de productie- en bouwsector. We meten ons succes in termen van de impact die we hebben bereikt in plaats van in termen van verkoop en mensen.

Koper8

Afbeelding
overgenomen van
@danist07 op
Unsplash



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Duurzaamheid

Duurzaamheid is ingebouwd in het bedrijfsmodel van Copper8. Het bedrijf adviseert zijn klanten over ambitieuze duurzaamheidsprojecten.

Eerlijke handelspraktijken

Copper8 startte hun bedrijf met het doel om zichzelf overbodig te maken voor hun klanten, zodat ze uiteindelijk hun hulp niet meer nodig zouden hebben. Bovendien dachten ze dat als je als consultant je klanten afhankelijk houdt van je kennis, je een perverse stimulans hebt om zoveel mogelijk uren aan elke klant te besteden. Bij de oprichting besloten de oprichters van Copper8 dat ze het bedrijf na 7 jaar zouden beëindigen, met het doel om de bouwindustrie duurzaam te maken en zo overbodig te worden. Na 7 jaar was het echter duidelijk voor Copper8 dat ze nog steeds hard nodig waren. De missie van Copper8 is altijd geweest om te begrijpen dat de overgang naar de circulaire economie niet alleen een technisch probleem is, maar ook een andere manier van samenwerken en andere economische principes vereist. Copper8 gelooft dat deze transitie systeemdenkers zoals zij nodig heeft, die hele waardeketens in beweging kunnen zetten.

Werk-privébalans

Copper8 beschouwt ook de balans tussen werk en privé als de sleutel tot hun bedrijfspraktijken en alle werknemers werken vier dagen per week.



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.