



# GLOBALLY RESPONSIBLE

Editie 2023



Global Products Group





## LET'S TAKE CARE

*"You don't have to see the whole staircase, just take the first step."*

*~ Martin Luther King Jr.*

# VOORWOORD

De wereld om ons heen verandert in rap tempo en brengt veel teweeg. En hoewel het vele anderen misschien beangstigt, motiveert het mij juist om mijn rol te pakken en maakt het me sterker dan ooit. Ik geloof niet dat ik, of wij, de wereld kunnen veranderen, maar we kunnen ons best doen om in ieder geval die eerste paar stappen te zetten.

Als Global Products Group nemen we dan ook onze verantwoordelijkheid. Willen we toegevoegde waarde creëren en ons inzetten voor een betere wereld. Een wereld vrij van onderscheid en onrecht, en waar men bewust leeft met aandacht voor mens, dier en natuur. In deze uitgave vind je ons verhaal en onze motivatie. Bedoeld om anderen te inspireren hetzelfde te doen, binnen hun eigen ruimte en middelen natuurlijk. Om zo gezamenlijk de spreekwoordelijke olievlek succesvol uit te breiden en de wereld net een beetje beter, gezonder, mooier en duurzamer te maken.

### Peter Biemans

Eigenaar Global Products Group

## Onze inspiratie

De fractal, een meetkundig figuur die zelfgelijkend is. Ontdekt in 1975 door de wiskundige Benoît Mandelbrot. Opgebouwd uit delen die min of meer gelijkvormig zijn met de figuur zelf. Voorzien van een oneindige hoeveelheid details. Op het eerste gezicht chaotisch, maar in feite juist bijzonder gestructureerd. Denk aan het blad van een boom, de manier waarop een school vissen zwemt, de pluizen van een paardenbloem of een ogenschijnlijk 'simpele' schelp. Achter elke fractor schuilt een vergelijking. Achter elk verhaal een motivatie. Eén die we wereldwijd willen uitdragen.



# ONS VERHAAL

# INHOUDSOPGAVE

Wie we zijn	Pagina 07
Onze waarden	Pagina 09
Wat we doen	Pagina 11
Onze historie	Pagina 12
Onze mensen	Pagina 19
Ons MVO-beleid	Pagina 21
Resultaten 2022	Pagina 25
Doelstellingen 2023	Pagina 31
Sociale initiatieven	Pagina 40
Hoe nu verder?	Pagina 55



# DUURZAAM HERINNEREN

## WIE WE ZIJN

Natuurlijk gaat deze uitgave niet over ons, maar over de wereld om ons heen. Daarin willen wij onze verantwoordelijkheid nemen. Met de producten die we leveren, de projecten die we realiseren en de initiatieven die we een warm hart toedragen. Maar vooral ook met onze mensen, werkzaam bij de drie bedrijven die gezamenlijk onder de noemer 'Global Products Group' opereren.

### Funeral Products

Keeping the memory alive

Nabestaanden een unieke en blijvende herinnering geven, dat is waar we bij Funeral Products elke dag weer naar streven. Een aandenken dat goed voelt, dat past bij de tijdsgeest en dat een geliefde als geen ander weet te karakteriseren. Vernieuwing staat daarbij centraal. Om zodoende optimaal in te kunnen spelen op de veranderende behoeften van de markt. We luisteren, denken mee en werken nauw samen met de branche. Voortdurend op zoek naar nieuwe technieken, materialen en mogelijkheden om die speciale herinnering levend te houden.



[www.funeralproducts.eu](http://www.funeralproducts.eu)

### Funeral Projects

A new way to remember

Funeral Projects biedt vernieuwende, moderne en persoonlijke oplossingen voor het inrichten van gedenklocaties. Een innovatief herontwerp van het traditionele columbarium bijvoorbeeld, dat inmiddels ook zijn weg heeft gevonden naar sportstadions wereldwijd. Maar ook unieke, volledig gepersonaliseerde herdenkingszuilen of kunstwerken als tuinornamenten. Doordat de aangeboden herinneringsprojecten en -producten voorzien zijn van een modulaire basis, zijn de mogelijkheden eindeloos. Hierdoor wordt een eigen inrichting op maat gerealiseerd, hoe groot of klein de locatie ook is.



[www.funeralprojects.com](http://www.funeralprojects.com)

### Atlantis Memorials

Pioneers in memorial jewellery

Rond 2000 betrad het Nederlandse bedrijf Atlantis Memorials als een van de eersten de markt voor herinneringssieraden en zette het de toon met subtiel vormgegeven assieraden. Hierin kon een symbolische hoeveelheid als onopvallend worden megedragen. Nu, zo'n twintig jaar later, vormt het bedrijf onderdeel van de Global Products Group en staat de perfecte afwerking met oog voor design en details nog steeds centraal. Alle herinneringssieraden worden bovendien nog steeds met de hand gemaakt; puur vakwerk en gebruikmakend van eersteklas materialen.



[www.atlantismemorials.eu](http://www.atlantismemorials.eu)

# ONZE WAARDEN

## Samen vernieuwen

Continue verbetering zit in de kern van onze organisatie en daarom kijken we voortdurend naar wat er beter, sneller en duurzamer kan. Welke (bedrijfs)processen kunnen we efficiënter inrichten? Hoe kunnen we met dezelfde (of zelfs minder) middelen, meer voor elkaar krijgen? En hoe zorgen we ervoor dat samenwerken met de Global Products Group een feestje is. Door slimmer te werk te gaan, stijgt de productiviteit van ons bedrijf samen met onze prestaties en zorgen we zo samen voor zingeving binnen en buiten het bedrijf. Zo creëren we meer werkplezier en betrokkenheid bij ons personeel.

Dit gedachtegoed gebruiken we ook binnen ons eigen netwerk. Zo zijn wij samen met onze leveranciers en afnemers voortdurend op zoek naar nieuwe producten, technieken, materialen, oplossingen en mogelijkheden. Stilstand is nu eenmaal achteruitgang. Door te blijven investeren in ideeën en processen zijn wij in staat om ons continu verder te ontwikkelen, met winst op alle vlakken.

## Eerlijkheid als basis

Duurzaam ondernemen komt binnen de Global Products Group op verschillende manieren tot uiting. Binnen de muren van de fabrieken, maar vooral ook daarbuiten. Van de keuze voor grondstoffen en het gebruik van nieuwe energie, via veilige en eerlijke productieprocessen tot de levering van biobased producten.

Door bovendien alleen te werken op basis van langetermijnrelaties, bouwen we een vertrouwensband op binnen ons netwerk. Daarnaast verwachten we van onze (toe) leveranciers dezelfde betrokkenheid en kwaliteit. Onze Code of Conduct is bijvoorbeeld geen nice-to-have, maar een must, en handelen volgens het Modern Slavery Statement zien we als vanzelfsprekendheid. We zien er persoonlijk op toe dat onze producten niet alleen producttechnisch gezien van hoge kwaliteit zijn, maar ook geproduceerd worden onder veilige en eerlijke omstandigheden. En dat alles natuurlijk ketenbreed.



## Een betere wereld

Als Global Products Group nemen we onze verantwoordelijkheid. En dat gaat verder dan alleen onze core business. We hebben immers de mensen, middelen en mogelijkheden in huis om mooie dingen mogelijk te maken. Van het ondersteunen van kleine lokale initiatieven tot het toedragen van een warm hart aan landelijke en zelfs wereldwijde sociale initiatieven.

Financieel natuurlijk, maar ook met de inzet van bijvoorbeeld ondersteunende diensten en media-aandacht. Omdat we bovendien in alle jaren van ons bestaan een breed netwerk hebben opgebouwd, zien we het ook als onze taak om mensen, projecten en initiatieven succesvol met elkaar te verbinden. Zo werkt onze accountant bijvoorbeeld op non-profit-basis voor een aantal stichtingen die we aan ons bedrijf verbonden hebben. En zijn een aantal van onze freelancers belangeloos aan het werk voor de promotie van diezelfde goede doelen.



ÉÉN UNIVERSEEL  
VERTREKPOINT

*"One must travel to learn."*

~ Mark Twain



IMPACT  
VERGROTEN,  
FOOTPRINT  
VERKLEINEN

## WAT WE DOEN

Aandacht voor de wereld om ons heen, staat voorop in alles wat we doen. Dat begint bij een bewust inkoopbeleid, het gebruik van veelal natuurlijke processen en zuivere grondstoffen, en onze keuze voor leveranciers. Betrokken partners die investeren in de hoogst haalbare kwaliteit. Leveranciers die aandacht hebben voor hun werknemers, die lokale productieomgevingen beschermen en werken volgens de milieurielijnen.

Onze betrokkenheid is tevens terug te vinden binnen de bedrijfsprocessen van de organisatie. Van nadenken over het hergebruik van verpakkingsmaterialen en het combineren van bestellingen om het aantal transportkilometers te minimaliseren, tot het simpelweg uitdraaien van minder e-mails en scheiden van afval. Met oog voor alle menselijke aspecten binnen en buiten de organisatie en met als doel om van grondstof tot de overdracht aan de nabestaanden, zinvol en verantwoord bezig te zijn.





ONZE  
HISTORIE

2005

**OPRICHTING**

Als ondernemer op zoek naar zijn nieuwe uitdaging, richt Peter Biemans de Global Products Group op. Nog niet precies wetende hoe deze stap eruit gaat zien, weet hij wel wat hij wil met zijn nieuwe bedrijf: impact maken in de wereld.

Of het nu gaat om het creëren van banen, het oplossen van problemen of het verschil maken in de maatschappij. Ondernemerschap heeft de kracht om positieve verandering teweeg te brengen.



2006

**FUNERAL PRODUCTS**

Peter wordt tot twee keer toe geconfronteerd met het overlijden van iemand uit zijn directe omgeving. Bij het bespreken van de asbestemming waren de keuzes zeer beperkt: urn 1 of urn 2, beide tegen zeer hoge prijzen.

Juist die beperktheid aan mogelijkheden stond uiteindelijk aan de wieg van Funeral Products.



2007

**VERKOOP IN NEDERLAND**

Tijdens de zoektocht naar een breder assortiment en geschikte leveranciers, worden de eerste Funeral Products-urnen verkocht aan Nederlandse uitvaartondernemers.



2008

**INTERNATIONAAL**

Funeral Products produceert en levert herinneringsartikelen met een hoog kwaliteitsniveau op zowel productniveau als qua arbeidsomstandigheden en -voorwaarden.

'The word spreads fast' en de eerste internationale afnemers bestellen bij Funeral Products.



2010

**EERSTE BROCHURE**

De eerste Funeral Products-brochure wordt gedrukt. Een eenvoudig naslagwerk dat ondernemers kunnen meegeven aan familie of nabestaanden in hun zoektocht naar een geschikt herinneringsproduct.



2008

**DIERENPRODUCTEN**

Een huisdier is een echt onderdeel van het gezin, en het verlies daarvan heeft dan ook veelal een grote impact op de baasjes ervan.

Voor Funeral Products was het dan ook een logische stap om zijn collectie uit te breiden met dierenurnen in verschillende vormen, maten en materialen.



2017

**MANAGING DIRECTOR VERENIGD KONINKRIJK**

Om de positie in het Verenigd Koninkrijk veilig te stellen naar aanleiding van de *Brexit*, schakelt Funeral Products over op een Managing Director. Deze native speaker woont in de hoofdstad Londen en kan zo sneller schakelen en lijnen kort houden.



2011

**MANAGING DIRECTOR SPANJE**

Om Spaanse uitvaartondernemers nog beter te kunnen voorzien in hun wensen en behoeftes, voegt Funeral Products een Managing Director Spanje toe aan het team. Deze is woonachtig in Madrid, zodat er nog sneller en effectiever geschakeld kan worden.



2012

**THAI CHILD DEVELOPMENT FOUNDATION**

In de fabriek van Atlantis Memorials in Thailand werkt men onder goede en eerlijke arbeidsomstandigheden, is de productie uiteraard vrij van kinderarbeid en wordt direct een bijdrage geleverd aan de lokale leefomstandigheden.

Dit vormde tevens een belangrijke stap naar de ondersteuning van de Thai Child Development Foundation, een van de vijf pijlers van de Global Products Group.



2012

**SAMENWERKING ATLANTIS MEMORIALS**

Funeral Products start zijn samenwerking met Atlantis Memorials. Herinneringssieraden die niet alleen een mooie aanvulling vormen op de collectie, maar ook uiting geven aan een bijzondere samenwerking tussen twee gelijkgestemde organisaties die rechtvaardige handel hoog in het vaandel hebben.



**De jaren in vogelvlucht**

Waar je vandaan komt, bepaalt mede wie je bent. En dat verhaal begint bij ons in 2005 met de oprichting van de Global Products Group.

Dit vanuit de wens om met ondernemerschap impact te maken. Een duurzame basis werd gecreëerd die inmiddels zoveel verder reikt dan enkel en alleen de inschrijving in het Handelsregister.



2019

**GREENLEAVE APPROVED LABEL**

De Nederlandse stichting GreenLeave focust zich op het toegankelijker maken van duurzame, groene uitvaarten en toetst uitvaartproducten aan strikte duurzaamheidscriteria.

Dit jaar heeft Funeral Products met succes zijn eerste biologische producten laten beoordelen door GreenLeave. Met succes, want diverse producten dragen inmiddels het GreenLeave Approved-label.



2020

**CODE OF CONDUCT**

Zeggen dat je goed bezig bent is één ding, het transparant en zichtbaar maken hiervan iets heel anders. Nog zoekende hoe de Global Products Group MVO aantoonbaar kan maken, zet het bedrijf een eerste stap middels zijn Code of Conduct.

Een gedragscode die richtlijnen geeft om te werken onder hoge wettelijke en ethische normen. En van toepassing op alle werknemers, agenten, distributeurs, producenten en adviseurs waarmee Global Products Group samenwerkt.



2020

**LEVERANCIERSANALYSE**

Tijdens de uitrol van het proces rondom de Code of Conduct heeft de Global Products Group afscheid moeten nemen van een aantal leveranciers die niet wilden meebewegen of voldoen aan de nieuwe gedragscode. Geen eenvoudig besluit, maar wel een dat nodig was om een continue verbetering door te zetten.



2020

**DE EERSTE TREDE**

In de zoektocht naar handvaten omtrent het inzichtelijk maken van duurzaam ondernemen komt de Global Products Group uit bij de MVO Prestatieladder.

Een certificatienorm waarmee objectief de prestaties op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen worden aangetoond. De basis wordt gelegd om twee jaar later toe te werken naar een certificatie-audit.



2023

**DUURZAAM ONDERNEMEN**

Kaders schetsen, processen documenteren en doelstellingen bepalen. Allemaal om de duurzaamheidsstandaard volgens de MVO Prestatieladder uniform te implementeren binnen de bedrijven uit de Global Products Group.

Vertaald naar een Digitaal Management Systeem, getoetst middels een twee en een halve dag durende audit. Conclusie: certificering op niveau 3 en mooie ontwikkelingspunten om deze standaard de komende jaren verder uit te breiden.



**Veelbewogen jaren ...**

Om met trots op terug te kijken, meestal met een lach, soms ook met een traan. Maar ons verhaal stopt hier niet. Sterker nog: het begint nu pas echt vorm en inhoud te krijgen.

Lees verder om te kijken wat we nog meer te vertellen hebben.

2019

**FP-ORIGINALS**

Funeral Products introduceert de Celest-urnen, de eerste productlijn uit de FP-Originals-collectie. Een gepatenteerde, bijzondere collectie met enkel producten die in samenwerking met eigen designers door Funeral Products zelf zijn geschetst, ontworpen en geproduceerd.



2019

**OVERNAME ATLANTIS MEMORIALS**

De Global Products Group breidt zijn assortiment en activiteiten verder uit met de overname van Atlantis Memorials-herinneringssieraden, een partner met wie de Global Products Group al langer samenwerkte.

Een logische strategische vervolgstap, aangezien GPG al langere tijd verantwoordelijk was voor een substantieel deel van de omzet van Atlantis.



2017

**FUNERAL PROJECTS**

Vanuit de markt komen er steeds vaker aanvragen voor advies op maat; niet alleen beperkt tot de collectie, maar ook ten behoeve van de inrichting van gedenkclocaties.

Funeral Projects was geboren: passende innovatieve en persoonlijke oplossingen en producten.



2018

**DE VIJF PIJLERS**

Global Products Group gelooft in het positieve rimpeleffect:

Goed doen werkt aanstekelijk.

Dit gedachtegoed vormde het fundament van de vijf pijlers: vijf sociale initiatieven die de organisatie op verschillende manier ondersteunt.

(lees meer op pagina 40)



DE  
DRIJVENDE  
KRACHT



# ONZE MENSEN

Mensen vormen de kracht van de Global Products Group en zijn dochterondernemingen. De mensen die bij ons werken, de partners met wie we samenwerken en degenen voor wie we werken. Ieder vanuit zijn eigen kracht en met zijn of haar eigen verhaal, maar samen als één geheel. En vooral conform onze gezamenlijke visie om samen te werken aan wat goed voelt en wat goed is.



# ONS MVO-BELEID

Natuurlijk is het makkelijk om te roepen dat je als bedrijf verantwoord bezig bent. Dat je oog hebt voor onze planeet en de mensen en dieren die erop leven. En dat je duurzaamheidsbeleid verder gaat dan dubbelzijdig printen en afval scheiden. Maar we maken graag concreet zichtbaar wat we beloven. En hebben onze beloftes vertaald in de Code of Conduct en de eerste stappen op de MVO Prestatieladder.

## Het hoe, wat en waarom van MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) kent als term verschillende definities, echter zijn deze in de basis altijd hetzelfde. Wij hebben gekozen om de definitie van zowel MVO Nederland<sup>1</sup> als die van de Sociaal-Economische Raad (SER)<sup>2</sup> aan te houden:

*'Het bewust richten op waardecreatie in de elementen People (mens), Planet (milieu) en Profit (maatschappij) en hiermee op de lange termijn waarde toevoegen aan de maatschappelijke welvaart.'*

## Gerichte handvaten

Deze definitie is de basis van het MVO-beleid van de Global Products Group, oftewel: hoe gaan we om met bedrijfsprocessen die een maatschappelijk of ecologisch effect hebben. Het beleid wordt ingevoerd en gewaarborgd middels de 'Deming-cirkel'<sup>3</sup>. Deze kwaliteitscirkel geeft ons de handvaten om gericht te opereren op zowel resultaat als continue verbetering. Dit middels de vier activiteiten: **Plan, Do, Check en Act**.

Deze cirkel wordt blijvend doorlopen. Er zijn altijd activiteiten die verder geoptimaliseerd kunnen worden: het principe van continue verbetering.

## Wat is de MVO Prestatieladder?

De MVO Prestatieladder<sup>4</sup> is een certificatie-norm waarmee op objectieve wijze de prestaties van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen aangetoond kunnen worden. De norm maakt het mogelijk om 31 MVO-thema's door middel van een managementsysteem en in samenspraak met de stakeholders voortdurend te ontwikkelen. Het certificaat maakt duurzame ontwikkelingen en maatschappelijk verantwoord ondernemerschap concreet.

De MVO Prestatieladder is geïnspireerd op internationaal geaccepteerde documenten, zoals de ISO 26000, de ISO 9001:2015, AA1000 en het Global Report Initiative (GRI). Een ISO 26000 heeft bijvoorbeeld geen managementsysteem, waardoor het niet geschikt is voor certificatie. De MVO Prestatieladder is als managementsysteem met zijn eisen en certificatie-norm wél geschikt en dient als certificering voor dit soort vergelijkbare normen.

Middels het MVO Prestatieladder-certificaat is er geen twijfel of discussie nodig tussen de Global Products Group en zijn zakenrelaties. De certificering zorgt voor inzicht en neemt enige eventuele twijfels of vragen omtrent MVO weg.



SHOW,  
DON'T TELL

<sup>1</sup> MVO Nederland, <https://www.mvonederland.nl/>

<sup>2</sup> Sociaal-Economische Raad, <https://www.ser.nl/>

<sup>3</sup> Lean Six Sigma Groep, <https://leansixsigmagroep.nl/lean-agile-en-six-sigma/deming-cirkel/>

<sup>4</sup> MVO Prestatieladder, <https://www.mvoprestatieladder.nl/>

# MVO-DRIJFVEREN

## 17 doelen die de wereld verbeteren

De 31 thema's van de MVO Prestatieladder zijn gekoppeld aan de 17 welbekende Sustainable Development Goals (SDG's)<sup>5</sup>. Deze doelstellingen zijn gemaakt op basis van wereldwijde inbreng van zowel organisaties als burgers en vormen een mondiaal kompas voor uitdagingen als armoede, onderwijs en de klimaatcrisis. Ze zijn opgesteld door alle 196 landen die zijn aangesloten bij de Verenigde Naties.



## Concrete targets

Om elk doel nog concreter en inzichtelijker te maken, zitten achter de SDG's 169 zogeheten targets. Hierdoor is het voor de Global Products Group direct inzichtelijk welke bijdrage het bedrijf levert aan de diversen SDG's. En hebben we dankzij de MVO Prestatieladder handvaten om onze duurzame ontwikkelingen, maatschappelijk verantwoord ondernemerschap en de bijbehorende doelstellingen concreet te maken en op systematische wijze te managen.

## Stap voor stap

Om tot een certificering te komen, moest de Global Products Group zijn MVO-prestaties en de doeltreffendheid van het MVO-managementsysteem evalueren. Dit diende middels een audit uitgevoerd te worden via een onafhankelijke, objectieve partij, waarvoor DNV ingeschakeld werd.

Deze onafhankelijke dienstverlener op het gebied van risicobeheersing is 's werelds leidende certificeringsinstelling op het gebied van risicomanagement en kwaliteitszorg. En de keuze voor deze sterke, internationale instelling is bewust genomen. Niet het makkelijkste pad misschien, maar wel datgene met het meeste resultaat.

**Trots kunnen wij mededelen dat de Global Products Group zijn MVO Prestatieladder-certificering heeft behaald conform de eisen van prestatieniveau 3.**

Dit certificaat (nr. C588645) is 3 jaar geldig. Binnen deze 3 jaar gaan wij de doorontwikkeling inzetten ten behoeve van certificering op prestatieniveau 4.

## Reikwijdte Niveau 3:

- Beleid en doelstellingen bepaald voor de materiële en relevante thema's.
- Doelstellingen zijn minimaal op het niveau van het branchegemiddelde.
- MVO-kernwaarden en bedrijfsprincipes gedefinieerd en geïmplementeerd.
- Betrekking tot klanten, personeel, omwonenden, brancheorganisaties en leveranciers.



"A seven surrounds itself with sixes to make sure it compares favorably. But a nine always looks for a ten because they aren't afraid. They know they're good and want to get better."

~ Johan Cruijff

<sup>5</sup> Verenigde Naties, <https://sdgs.un.org/goals>

# RESULTATEN 2022

Ieder begin is lastig. De voorbereidingen en het grondwerk om tot een aanmelding van certificering te komen voor onze bedrijven, heeft twee jaar in beslag genomen. Activiteiten, werkzaamheden en afspraken dienden gedocumenteerd te worden om een solide basis te kunnen leggen richting een managementsysteem volgens de MVO Prestatieladder. In 2022 is dat gerealiseerd.

**Kernwaarden als rode draad.** De bedrijfsprincipes van de Global Products Group en zijn onderliggende organisaties vloeien voort uit het gedachtegoed van oprichter Peter Biemans. Kernwaarden die vanaf dag één de rode draad vormen en verweven zijn in de bedrijfscultuur. Ondanks het feit dat deze binnen de organisatie duidelijk zijn, was het van belang om deze ook daadwerkelijk vast te stellen, te beschrijven en te documenteren. Ook dit konden we in 2022 afvinken.



## 1. Geen armoede

- Waarborg privacy van klanten

**Klantgegevens** zijn erg gevoelig. Wij realiseren ons dat er veilig omgesprongen dient te worden met informatie omtrent onze klanten. In 2022 hebben wij de privacyverklaringen van onze onderliggende bedrijven bijgewerkt, zodat deze wederom compleet en actueel zijn. In het Privacy Statement wordt uitgebreid toegelicht hoe er met persoonsgegevens wordt omgegaan en hoe deze verwerkt worden, alle conform de wettelijke grondslagen van de AVG. De websites van de Global Products Group waarop aankopen mogelijk zijn, zijn voorzien van een SSL-certificaat. Dit digitale certificaat garandeert dat de transacties op de website beveiligd zijn.



## 8. Waardig werk en economische groei

- Vastleggen beleid rondom kinderarbeid
- Vastleggen beleid rondom gedwongen en verplichte arbeid

**Kinderarbeid**, een term die bijna vanzelfsprekend weerstand oproept. Volgens Amnesty International spreken we van kinderarbeid wanneer kinderen te jong, gevaarlijk, ongezond of gedwongen werk verrichten. Of wanneer het werk hun tijd en recht op scholing berooft. Belangrijk hierin is om te weten dat er een verschil is tussen kinderarbeid en het zogeheten 'child work', waarbij kinderen vanaf een bepaalde minimumleeftijd licht en veilig werk mogen verrichten, zolang het aantal uren hun scholing niet beperkt. Wellicht in eerste instantie onvoorstelbaar, maar in diverse landen is het niet meer dan gebruikelijk om op 15-jarige leeftijd een bijdrage te leveren aan het gezinsonderhoud. Dit zolang het maar gebeurt onder de bovengenoemde randvoorwaarden.

Hetzelfde geldt voor moderne **slavernij**: gedwongen arbeid onder slechte, onmenselijke omstandigheden tegen geen of nauwelijks betaling. Praktijken die lijnrecht staan tegenover de drijfveren van de Global Products Group.

Om beide uit onze keten te bannen, hebben wij in 2022 de Code of Conduct en het Modern Slavery Statement opgesteld en vastgelegd, die het Global Products Group-beleid reflecteren omtrent deze aspecten. Deze documenten gaan wij in de toekomst delen met onze leveranciers, zodat ons bedrijfsnetwerk op de hoogte is van de Global Products Group's gedragscode. Middels het ondertekenen van deze documenten kunnen wij waarborgen dat onze leveranciers en/of partners ethisch verantwoord opereren.

TROTS OP  
DE EERSTE  
RESULTATEN

# RESULTATEN 2022



## 8. Waardig werk en economische groei (vervolg)

- Steun voor de sociale initiatieven
- 40% van de leveranciers in bio-producten is GreenLeave-gecertificeerd

**Maatschappelijke betrokkenheid** staat centraal bij de Global Products Group. Wij geloven er stellig in dat goede daden een positief rimpel-effect hebben. Zo dragen wij ons steentje bij aan diverse initiatieven, of deze zich nu regionaal, landelijk of wereldwijd oriënteren. Deze steun komt in verschillende vormen. Simpelweg financieel, maar ook door middel van ondersteunende diensten of door stichtingen een platform te bieden waarop ze hun mooie acties, campagnes en ideeën kunnen etaleren aan de rest van ons zakelijk netwerk.

Ook in 2022 hebben wij hen voorzien van de nodige support, en deze trend gaan we de komende jaren onverstoort doorzetten. Welke sociale initiatieven de Global Products Group onder andere ondersteunt, is terug te vinden in deze editie van het MVO-jaarrapport.

In 2022 had de Global Products Group 25 verschillende leveranciers, waarvan 5 aanbieders in **bio-producten**. De collecties van 2 van deze leveranciers zijn door het certificeringsproces gegaan, wat neerkomt op 40%. In totaal is momenteel 60% van de 35 producten voorzien van het GreenLeave-keurmerk en gemarkeerd als volledig biologisch afbreekbaar. Diverse producten zijn in 2022 aan de collectie toegevoegd, welke nog niet zijn getoetst aan de duurzaamheidscriteria van GreenLeave<sup>6</sup>. Uiteraard staat dit wel op de planning.

GreenLeave is een consortium van Nederlandse uitvaartverzorger die zich inzetten om een **duurzame uitvaart** makkelijker en toegankelijker te maken. Een gemiddelde uitvaart is erg belastend voor het milieu. Met het verduurzamen van de uitvaart als doel, beoordeelt GreenLeave producten en diensten aan de hand van diverse criteria. Artikelen of activiteiten die men beoordeelt als 'duurzaam' worden voorzien van het GreenLeave-keurmerk.



## 11. Duurzame steden en gemeenschappen

- 50% van de leveranciers zijn gelokaliseerd binnen Europa

De Global Products Group vindt het belangrijk om een positieve bijdrage te leveren aan zowel de **lokale economie als de gemeenschap**. Om een betere controle te houden op de toelevering van producten en diensten, streven wij ernaar om leveranciers dicht bij huis te hebben, mits de kwaliteit en prijzen marktconform zijn. Dit houdt de levertermijn korter, de transportuitstoot lager en hiermee steunen we de plaatselijke economie.

In 2022 heeft de Global Products Group zich ten doel gesteld om met minimaal 50% Europese leveranciers samen te werken. Aan het einde van vorig jaar hadden de diversen bedrijven uit de Global Products Group samen 25 verschillende leveranciers, waarvan er 17 gelokaliseerd zijn binnen Europa. Hiermee zijn er sinds 2022 68% Europese leveranciers binnen de Global Products Group.

<sup>6</sup> GreenLeave, <https://greenleave.nu/>



TROTS OP  
DE EERSTE  
RESULTATEN

# RESULTATEN 2022



## 16. Vrede, justitie en sterke publieke diensten

- Vastleggen beleid rondom milieueffecten leveranciers

De Global Products Group erkent als bedrijf dat het verantwoordelijk is voor de **bescherming van het milieu**. Dit namens onze stakeholders, klanten, medewerkers en de gemeenschappen waarin wij actief zijn. Binnen een voortdurende milieuverbetering zijn wij afhankelijk van de inzet en betrokkenheid van onze zakelijke partners. Wij verwachten van onze leveranciers een actieve deelname aan ons milieubeleid.

Om dit te waarborgen, heeft de Global Products Group in 2022 een milieubeleid opgesteld en vastgelegd in de Suppliers Environmental Code. Dit document gaan wij in de toekomst delen met al onze leveranciers, zodat we samen onze kennis in duurzame productiemethodes kunnen blijven verbeteren en ons beleid inzake milieu voortdurend kunnen versterken.

# DOELSTELLINGEN 2023

We blijven ambitieus. Daarom stellen we voor ieder kalenderjaar nieuwe doelen, gekoppeld aan Global Products Group's visie en de verwachtingen van ons netwerk. Hierdoor boeken we een betekenisvolle vooruitgang en zetten we verdere stappen binnen ons MVO-beleid.

Het realiseren van onze MVO-doelstellingen willen en kunnen we niet alleen. Door **de dialoog** minimaal twee keer per jaar aan te gaan met onze **significante stakeholders**, bestaande uit klanten, leveranciers, brancheorganisaties en natuurlijk onze medewerkers, blijft men goed op de hoogte van de huidige status per doelstelling. Aangevuld met eventueel advies of expertise in hoe wij verdere vervolgstappen kunnen zetten voor een optimaal resultaat. Zo werken wij als bedrijfsketen allemaal actief samen en creëren we een duurzaam beleid met duurzame werkrelaties.



### 3. Goede gezondheid en welzijn

- Gezondheid en veiligheid voor medewerkers
- Gezondheid en veiligheid van consumenten

De mensen van de Global Products Group zijn de drijvende kracht achter de onderneming. En het is dan ook belangrijk dat onze medewerkers hun werk kunnen verrichten vanuit een **gezonde en veilige werkomgeving**. Om verbetermogelijkheden in kaart te brengen, dient er eerst een zogeheten nulpunt bepaald te worden. Een startpunt dat de huidige situatie schetst. Om hier een duidelijk overzicht in te krijgen, voeren we dit jaar een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit middels een externe veiligheidsadviseur. Aanvullend op de RI&E volgt een Plan van Aanpak. Dit geeft per openstaand risico aan welke maatregelen er getroffen dienen te worden, gekoppeld aan een verantwoordelijke binnen het bedrijf.

De producten die wij leveren zijn enorm divers: qua vormgeving, materiaal en doeleinde. De wet- en regelgeving per land, in combinatie met het gebruik door de afnemer of eindconsument, bepaalt of uiteindelijk aan de gestelde eisen wordt voldaan. De collectie die wij aanbieden, bevat altijd artikelen en bijbehorende toepassingen die aan de vastgestelde normen voldoen. Vaak ligt de keuze hoe men hiermee omgaat nog wel bij de afnemer zelf. De producten die de Global Products Group levert voldoen aan de normen zoals vastgelegd in onder andere de Warenwet en de Buitenlandse handelswetgeving. De informatie naar afnemers ten behoeve van correct gebruik en toepassing wordt vormgegeven middels gebruiksaanwijzingen in instructiefilms. Voor komend jaar hebben wij als doel gesteld om deze video's per productgroep direct beschikbaar te stellen via de websites van de diverse bedrijven uit de Global Products Group.



### 8. Waardig werk en economische groei

- Realisatie sociale voorzieningen

Zoals gezegd, geloven wij als Global Products Group dat mensen de organisatie maken. Daarom vinden wij het belangrijk dat onze medewerkers zowel fysiek als mentaal gezond zijn en kunnen werken in een veilige omgeving. Zo motiveren we een gezonde leefstijl door middel van **extra sociale voorzieningen**: het bieden van een leaseplan voor een fiets en beschikbaar stellen van fruit onder werktijd zijn concrete initiatieven die wij in 2023 gaan realiseren voor onze medewerkers.

KIJKEND NAAR  
DE TOEKOMST



# DOELSTELLINGEN 2023



## 8. Waardig werk en economische groei (vervolg)

- Aanstellen van een vertrouwenspersoon
- Terugdringen kinderarbeid bij leveranciers in risicolanden
- Terugdringen gedwongen arbeid bij leveranciers in risicolanden
- 70% van de leveranciers zijn gelokaliseerd binnen Europa

Binnen onze organisatie wordt een **vertrouwenspersoon** aangewezen. Aanvullend zijn gedrag en omgangsvormen voor werknemers vastgelegd, zodat iedereen zich op de werkvloer veilig en vertrouwd voelt.

Niet alleen binnen, maar ook buiten de organisatie vinden we eerlijke en veilige werkomgevingen belangrijk. Als Global Products Group werken we op product- en dienstniveau samen met lokale, nationale en internationale leveranciers. Daarin zien wij geen ruimte voor moderne slavernij. Om dit ook te waarborgen, willen we in 2023 dat alle leveranciers uit risicolanden de Global Products Group Code of Conduct en het Modern Slavery Statement gelezen en getekend hebben. Welk land een risicoland is, is vastgesteld middels de MVO Risico Checker<sup>7</sup>, die is ontwikkeld door MVO Nederland. Deze tool maakt duidelijk welke risico's betrekking hebben op welk geselecteerd land. Daarin leggen wij onze focus eerst op de landen die **'Dwargarbeid & Mensenhandel'** en **'Kinderarbeid'** als landrisico's hebben en waar deze kwesties dus het meest kritisch zullen zijn.

Ten slotte hecht de Global Products Group veel belang aan het stimuleren van de lokale economie. Dit vanuit zowel een **sociaal belang** als vanuit een **ecologisch belang**. Als de situatie het toelaat, gaat onze voorkeur uit naar leveranciers gevestigd binnen Europa. Daarmee houden we de kilometers aan transport laag, de levertijden korter én leveren we een positieve impact aan de plaatselijke samenleving. Om dit verder te intensiveren, is ons streven om in 2023 met minimaal 70% aan Europese leveranciers te werken.



## 12. Verantwoorde consumptie en productie

- Afvalreductie
- Reductie van restanten herinneringsproducten

Vanuit de Global Products Group werken we continu aan verantwoorde omgang in zowel het gebruik als de productie van goederen en middelen. Hierin leggen wij de focus op het beperken van afval middels preventie, vermindering en recycling. Voor 2023 wil Global Products Group het **scheiden van zijn afval** verder intensiveren. Zo gaat afval in de vorm van koffiebekers, papier, karton, plastic verpakkingen en drinkpakken gescheiden worden van het restafval. Binnen de afdeling logistiek wordt verpakkingsafval nog verder gescheiden binnen de verschillende gradaties van plastic, die alle verwerkt worden door afvalverwerker Van Happen.

Het kan voorkomen dat artikelen geen commerciële waarde hebben wanneer deze worden afgekeurd op basis van een defect, beschadiging of afwijking van het basismodel. Dit wil echter niet bij voorbaat zeggen dat deze artikelen bij het restafval gedaan hoeven te worden. Meerdere leveranciers kunnen producten nog herstellen of hergebruiken, en andere materialen zijn nog goed recyclebaar. Om deze **afvalstromen** om te kunnen zetten tot nieuwe waarde, dient er per productgroep eerst een nulpunt vastgesteld te worden, zodat de Global Products Group hier in de verdere toekomst specifieke doelstellingen aan kan koppelen.

KIJKEND NAAR  
DE TOEKOMST

<sup>7</sup> MVO Risico Checker, <https://www.mvorisicochecker.nl/nl/wereldkaart>

# DOELSTELLINGEN 2023



## 12. Verantwoorde consumptie en productie (vervolg)

- Alternatieve verpakkingen uitgaande leveringen
- Intentieverklaringen significante stakeholders en de bewijsvoering hiervan
- Waarborgen reclamecode bij reclame-uitingen

Als Global Products Group snappen we het enorme belang van het adequaat, snel en correct verzenden van producten ten behoeve van de uitvaartbranche. Om emotionele producten goed te kunnen versturen, is sterk en degelijk verpakkingsmateriaal nodig. Voor 2023 gaat de Global Products Group onderzoeken welke **duurzame substituten** men voor plastic opvulmateriaal kan gebruiken met betrekking tot uitgaande pakketten. Dit middels het gebruik van gerecycled plastic óf biologisch afbreekbaar opvulmateriaal.

Graag zetten wij ons eigen netwerk ook aan het denken: hoe duurzaam opereren wij als onderneming? Wat en hoe waarborgen wij dit en hoe passen wij dit toe in de praktijk? Vragen die wij onze significante stakeholders, de voornaamste belanghebbende partijen, hebben voorgelegd ter zelfreflectie. Niet om met een vinger te wijzen, maar ter bewustwording om samen te kunnen inspireren en een golf aan verandering teweeg te kunnen brengen. Met deze partijen, de kern van het GPG-netwerk, gaan wij onze **intentieverklaringen** delen, uitgeschreven in de documenten: Code of Conduct, Modern Slavery Statement en Environmental Code. Zo kunnen we allemaal opereren vanuit één gezamenlijke visie en fundament. Aanvullend willen we in 2023 vanuit al deze partijen een akkoord in geschrift ontvangen ten aanzien van deze intentieverklaringen. Dit omdat enkel bij toewijding en commitment een duurzaam beleid betekenisvol kan zijn.

Daarop voortbordurend gaat de Global Products Group een plan van aanpak opstellen om tot een uniforme **bewijsvoering** te komen. Een methode waarin wordt getoetst of de aangegane voorwaarden uit de intentieverklaringen ook worden nageleefd.

Eerlijkheid als basis. Eén van de drie bedrijfswaarden waarnaar de Global Products Group handelt en zijn beleid op afstemt. Een bepaalde integriteit die doorvloeit tot al onze bedrijven en die onze betrouwbaarheid en geloofwaardigheid garandeert. Daarom dragen wij ook in 2023 zorg voor het feit dat de **reclame-uitingen** van de Global Products Group-bedrijven **niet misleidend**, kwetsend, of in strijd met de waarheid zullen zijn. Om dit te waarborgen, zullen wij de reglementen van de Stichting Reclame Code<sup>8</sup> in acht nemen tijdens het ontwerpen, realiseren en uitdragen van iedere vorm van reclame.

KIJKEND NAAR  
DE TOEKOMST

<sup>8</sup> Stichting Reclame Code, <https://www.reclamecode.nl/over-src/reglement-statuten/>

# DOELSTELLINGEN 2023



## 12. Verantwoorde consumptie en productie (vervolg)

- Plan van aanpak Levenscyclusanalyse opstellen
- Toepassen Levenscyclusanalyse op 3 leveranciers
- Energiebesparing van 2% onder de medewerkers

Als bedrijf erkennen en nemen we onze verantwoordelijkheid voor de bescherming van het milieu. Niet enkel namens onszelf, maar ook namens onze medewerkers, klanten en gemeenschappen waarin we actief zijn. We beseffen ook dat het proces van voortdurende milieuverbetering samenhangt met de inzet van onze zakelijke partners. Het milieubeleid van de Global Products Group is daarom vormgegeven binnen onze Environmental Code. Daar stoppen we echter niet. Want hoe milieuvriendelijk zijn onze producten eigenlijk? Het meten van de milieueffecten van de artikelen van de Global Products Group is een complex proces, waarin talloze factoren in acht genomen dienen te worden. Om hier een basis voor vast te leggen, gaan wij in 2023 een plan van aanpak schrijven ten behoeve van een **Levenscyclusanalyse (LCA)** per productniveau. Zodoende kunnen we in de toekomst duidelijk in kaart brengen welke impact onze collectie op het milieu heeft. Deze beperken we in eerste instantie tot een cyclus van productie tot afvalverwerking. Zowel om de focus te houden op het zwaartepunt van de cyclus, als om binnen de scope van niveau 3 van de MVO Prestatieladder te blijven. Aanvullend zijn onze voornemens om nog voor het einde van 2023 de LCA van drie verschillende leveranciers uit te schrijven, zodat we tevens een concrete start van dit grote project gerealiseerd hebben.

Het afsluiten van de computer, uitzetten van de lampen, uitdraaien van de verwarming of in de zomer juist het uitzetten van de airco; allemaal zaken die vanzelfsprekend zijn, maar wellicht niet uit worden uitgevoerd na een lange werkdag. In 2022 heeft de Global Products Group zijn **energieverbruik** binnen de bedrijfsruimtes in kaart gebracht op het gebied van gas, water en stroom. Waardes welke allemaal op, of zelfs onder, het gemiddelde gebruik liggen. Ondanks deze constatering zien wij als onderneming nog steeds ruimte voor verdere verbetering. Enerzijds door bewustwording bij het personeel, maar ook door te investeren in energiebesparende oplossingen ten behoeve van de bedrijfspannen. In 2023 willen we 2% energiebesparing realiseren ten opzichte van 2022 door bovengenoemde opties verder te onderzoeken en uit te werken.



## 13. Klimaatactie

- CO<sub>2</sub>-reductie inkomende leveringen

De Global Products Group is zich bewust van de impact van klimaatverandering. Daarom hebben we de afgelopen jaren getracht telkens maatregelen te integreren binnen onze strategieën en planning. Voorbeelden hiervan zijn het clusteren van bestellingen, het hergebruiken van verpakkingsmaterialen en productie uit zuivere grondstoffen.

Om in de toekomst concrete stappen te kunnen zetten voor wat betreft het reduceren of compenseren van onze **CO<sub>2</sub>-footprint**, gaan wij in 2023 de vaste transportroutes in kaart brengen en deze omrekenen naar zijn CO<sub>2</sub>-uitstoot. Zodoende wordt de uitstoot van de Global Products Group meetbaar en inzichtelijk ten dienste van de inkomende leveringen, waardoor een nulpunt beschikbaar is.

KIJKEND NAAR  
DE TOEKOMST



KIJKEND NAAR  
DE TOEKOMST

# DOELSTELLINGEN 2023



## 16. Vrede, justitie en sterke publieke diensten

- Respecteren rechten van de lokale bevolking
- Tegengaan van corruptie
- Communicatie MVO-beleid

Zoals aangegeven hecht de Global Products Group veel waarde aan een eerlijke en veilige werkomgeving. Zowel binnen onze eigen onderneming als bij de aangesloten leveranciers. Middels de **Environmental Code** van de Global Products Group beschermen wij de lokale bevolking aangaande de productielocaties van onze leveranciers. Daarin leggen we de focus eerst op de meest kritische risicolanden uit de MVO Risico Checker<sup>9</sup>. Hiermee maken we onderscheid met de leveranciers die 'Milieu & Omgeving' als landrisico geclassificeerd hebben.

Zonder vrede, veiligheid en rechtvaardigheid is er bijna geen ontwikkeling mogelijk. Corruptie speelt hierin een belangrijke rol. Binnen onze **Code of Conduct** is een specifiek deel gewijd aan corruptie en omkoping. Dit om dergelijke praktijken binnen het Global Products Group-netwerk te voorkomen. Om te identificeren binnen welke landen in de wereld corruptie een groot probleem is, is de 'Corruption Perceptions Index' van Transparency International geraadpleegd. Een wereldwijde beweging die zich inzet om een einde te maken aan onrecht en corruptie. Dit jaar willen wij realiseren dat leveranciers in landen met een CPI-score<sup>10</sup> van lager dan 60, de Code of Conduct lezen, begrijpen en tekenen om dit soort daden en handelingen binnen ons bedrijfsnetwerk te voorkomen. Zo creëren we samen binnen de gehele keten een positief rimpeleffect.

Met deze editie van het Global Products Group **MVO-jaarsverslag** slaan wij in 2023 letterlijk een nieuwe bladzijde om. In de voorgaande hoofdstukken is er een beeld geschetst en inzicht gegeven in het door ons vastgestelde MVO-beleid. Hierin geeft de MVO Prestatieladder ons de handvaten om een concreet, duurzaam beleid te voeren. Dit biedt ons de uitgelezen kans om op MVO-gebied een toonaangevende partij te zijn in de uitvaartbranche. De intentie is er om het MVO-verslag jaarlijks te presenteren. Bij nieuwe ontwikkelingen wordt de informatie op onze website bijgewerkt.

<sup>9</sup> MVO Risico Checker, <https://www.mvorisicochecker.nl/nl/wereldkaart>  
<sup>10</sup> Transparency International, <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>



# SOCIALE INITIATIEVEN

*Als Global Products Group kijken we niet alleen kritisch naar onze eigen rol in de wereld, maar zetten we graag net een stap extra. Zo dragen we diverse lokale, landelijke en wereldwijde sociale initiatieven een warm hart toe en ondersteunen we op verschillende manieren. Financieel bijvoorbeeld, maar ook met inzet van ondersteunende diensten en media-aandacht voor de mooie dingen die zij op hun beurt voor de wereld doen.*



# GEEF KANS- ARME KINDEREN EEN KANS

*"Ik geloof niet dat we de wereld kunnen veranderen, maar voor de kinderen die we helpen, maken we een wereld van verschil."*

~ Rosalie Tiegies



## THAI CHILD DEVELOPMENT FOUNDATION

We reizen af naar Thailand. Naar Paksong om precies te zijn. Een landelijke gemeenschap te midden van het regenwoud in de heuvels van Phato, vlakbij de Thaise kustplaats Ranong. Vanuit daar ontfermen Rosalie Tiegies, Ingrid van der Straten en talloze lokale vrijwilligers zich over honderden kinderen die buiten het beschikbare zorg- en educatiesysteem vallen. En helpen hen met studiebeurzen, schooluniformen, lunchgeld, operaties, fysiotherapie, sondevoeding, tal van educatieve programma's of wat er maar nodig is. Vaak betreft het kinderen met een beperking of sociaaleconomische problemen.

### Liefde kent geen grenzen

"Zo'n twintig jaar geleden werd ik uitgezonden naar Thailand als vrijwilliger," vertelt Rosalie, oprichtster van de Thai Child Development Foundation (TCDF), "en mocht ik werken aan talloze prachtige projecten. Het was ontzettend dankbaar werk, maar ik vond vaak dat het anders kon. Bovendien was ik niet alleen verliefd geworden op het land en de mensen, maar had ook een zeker persoon mijn hart gestolen. Reden genoeg om te blijven, dus ben ik samen met steun van Ingrid en een aantal Thaise vrijwilligers de stichting begonnen. Want hoewel Thailand zich in hoog tempo ontwikkelt, zijn de mogelijkheden op het platteland veelal beperkt."

### Wat doet de TCDF precies?

TCDF ondersteunt kinderen met fysieke beperkingen, ontwikkelings- of leerstoornissen, maar ook kinderen die in extreme armoede opgroeien of met sociale problemen kampen. "De lokale leraren in de dorpscholen zijn onze ogen en oren", vertelt Rosalie. "Zij signaleren het als een kind bijvoorbeeld niet op school komt, geen eten bij zich heeft of blauwe plekken heeft. Als er zo'n melding binnenkomt, gaat een van onze thuiszorgmedewerkers op pad om in nauw overleg met de lokale dorpschouffden en de ouders of verzorgers te kijken hoe we hulp op maat kunnen bieden. Dat kan steun in de vorm van studiehulp zijn, maar ook medische zorg of tijdelijk onderdak bij iemand anders binnen de familie of de lokale gemeenschap."

### Van armoede tot universiteit

De stichting haalt de kinderen bij voorkeur niet uit huis en doet er juist alles aan om hen in hun eigen omgeving op te laten groeien. In al die jaren is er in het prille begin slechts één uitzondering op die regel geweest. Rosalie: "Via een monnik werd ik gewezen op Dau van twee en haar jongere zusje. De moeder was al langere tijd uit beeld en de vader had levenslang gekregen en werd gezocht. Een nijpende situatie dus, zeker ook omdat de kinderen flink verwaarloosd waren.

Omdat we toen nog niet onze sterke netwerken in de dorpen hadden en geen pleeggezin konden vinden, heb ik ze toen in huis genomen en in mijn hart gesloten. Het contact met de moeder hebben we in de loop der jaren stapsgewijs weer opgebouwd tot een co-ouderschap met mij. Inmiddels is Dau 19 geworden, had ze tijdens haar afstuderen het hoogste punt van de klas en is ze begonnen aan de opleiding Maritime Business aan de universiteit. Dat maakt me zo ontzettend trots!"

### Hoe kun je TCDF steunen?

Donaties zijn natuurlijk altijd welkom en ook een klein bedrag kan voor een kind in Thailand echt al een wezenlijk verschil maken. Ook is de stichting altijd op zoek naar vrijwilligers die zich op locatie of vanuit huis (online) willen inzetten. En last but not least verhuurt de stichting vakantiehuisjes aan de rivier. Naast de prachtige natuur en tuinen, bevinden zich verlaten stranden en de nationale marineparken op een steenworp afstand. Daarnaast worden er talloze activiteiten en dagtochten georganiseerd, is er een restaurant, een winkel, en worden er dagelijks yoga- en andere workshops gegeven. Alle opbrengst vloeit terug naar de school voor kinderen met leerstoornissen en beroepsopleidingen voor jongeren met een beperking. En zo kan de stichting in de toekomst weer eerlijke banen creëren voor jongeren met een beperking. Vakantie voor het goede doel als het ware, maar dan zonder het vreselijke weeshuistoerisme.





# IEDEREEN EEN GEZOND HART

*"Je hoeft echt niet 24 uur per dag op een wortel te kauwen om gezond te zijn, maar wel is het belangrijk dat je weet waar je op moet letten en wat je moet doen."*

~ Tessa Tertsch



# HARTSTICHTING

6 minuten. Wat zijn nou 6 minuten? Het is de tijd van een sprookjesachtige rit in Droomvlucht in de Efteling. Een treinreis van Amsterdam Centraal naar station Sloterdijk. En de duur van Bohemian Rhapsody. Maar het is vooral de tijd die cruciaal is bij een hartstilstand, beroerte of hartinfarct. Want door binnen die schamele 6 minuten te starten met reanimeren en/of een AED in te zetten, wordt de kans op overleven aanzienlijk vergroot.

In Nederland zijn er zo'n 1,5 miljoen mensen met een chronische hart- of vaatziekte. Als we niets doen, komen daar de komende 10 jaar een half miljoen hartpatiënten bij. De in 1964 opgerichte Hartstichting wil hart- en vaatziekten in de toekomst te slim af zijn en de groei een halt toeroepen.

## Hart voor de Zaak

Eén van de manieren om de Hartstichting te steunen in haar levensreddende werk is het Hart voor de Zaak-partnership.

"Bedrijven slaan daarmee een stuk of wat vliegen in één klap", vertelt relatiemanager Tessa Tertsch. "Eenzijds laten bedrijven namelijk hun maatschappelijke betrokkenheid gelden. Daarnaast laten ze zien dat ze het beste willen voor hun werknemers, ondersteunen ze hen hierin en creëren ze interne bewustwording. En als partner kun je zelfs daadwerkelijk levens redden."

## Wat doet Hart voor de Zaak precies?

Met een maandelijkse investering van circa 300 euro help je als Hart voor de Zaak-partner om nog meer harten gezond en sterk te houden, en inspireer je tegelijkertijd je werknemers om goed voor hun hart te zorgen. Met een rookvrije werkomgeving en een vitaliteitspakket voor werknemers bijvoorbeeld, met voorlichting en evenementen voor een hartgezonde leefstijl. Met de Persoonlijke Gezondheidscheck en bloeddrukmeters of bloeddrukmetingen op locatie, waarmee medewerkers gestimuleerd worden om hun hart en daarmee het risico op hart- en vaatziekten te leren kennen. Maar ook met een reanimatiecursus voor werknemers en een AED aan het bedrijfspand, om zo als burgerhulpverleners snelle hulp te kunnen bieden als iedere minuut telt.

## Nog 39% te gaan

"Zeker dat laatste is belangrijk", vervolgt Tessa haar verhaal. "Op dit moment is 61% van Nederland een dekkende 6-minutenzone. Dat betekent dat in bijna twee derde van het land binnen die 6 minuten de juiste hulp bij een hartstilstand

geboden kan worden. Zo is er in dat deel van het land een actief oproepsysteem, waarbij er na het bellen van 112 via het landelijke reanimatie- oproepsysteem HartslagNu automatisch berichten worden gestuurd naar mensen die kunnen reanimeren en zich in de buurt van het slachtoffer bevinden, de zogenaamde 'burgerhulpverleners'. En zijn er genoeg AED's beschikbaar én vooral ook bereikbaar. Aan een AED die in de hal van een bedrijf of binnen de poorten van een bedrijfsterrein hangt, heb je buiten kantooruren namelijk niks."

"Iedereen een gezond hart. Dat is de droom van de Hartstichting. Al meer dan 55 jaar investeren we dan ook in onderzoek en innovaties op het gebied van preventie en zorg. Maar net zo belangrijk vinden wij het om Nederlanders te helpen hun hart te kennen en goed voor hun hart te zorgen. Zo voorkomen we dat mensen hartpatiënt worden en/of onnodig (over)lijden aan een hartziekte", aldus Tessa.

## Hoe kun je de Hartstichting steunen?

Word partner van Hart voor de Zaak en bepaal zelf waar je donatie naar toegaat. En natuurlijk is ook elke nieuwe burgerhulpverlener meer dan welkom, net als AED's. Dus heb jij hart voor de zaak? Ontdek hoe je mee kunt doen en bij kunt dragen op [hartstichting.nl/hartvoordezaak](http://hartstichting.nl/hartvoordezaak), want iedereen in de wereld heeft recht op een gezond hart.





# MAAK HET VERSCHIL MET GELUKSMOMENTEN

*"Ik heb mijn nek moeten breken om te beseffen wat echt belangrijk is in het leven en adviseer anderen daarom om daar iets eerder mee te beginnen."*

~ Jaap Bressers



## CARLOSMOMENTJES

Wat begon als een frisse duik op een zonnige zomerdag in Albufeira, eindigde moederziel alleen en in blinde paniek op de IC van een ziekenhuis in een wildvreemd land. Het overkwam Jaap Bressers. 21 jaar nog maar en een glansrijke toekomst in het verschiet. Een toekomst die met één krak van zijn nek om zeep geholpen werd. Een hoge dwarslaesie was de diagnose en Jaap raakte vanaf borsthoogte verlamd.

Wat dat met stichting Carlosmomentjes te maken heeft? "Werkelijk alles", vult Jaap aan. "Want toen ineens tijdens de nachtdienst en mijn zoveelste paniekaanval, was daar broeder Carlos. Hij schatte de situatie goed in, liep naar me toe, legde zijn hand op mijn schouder en zei: 'It's okay'. Dat moment veranderde mijn leven. En gaf me net dat zetje dat ik nodig had om te beseffen dat ik nog leefde."

### In iedereen schuilt een Carlos

Tien jaar later trekt Jaap de stoute schoenen aan om zijn redder in nood te bellen en hem te bedanken. Voor Carlos was het gewoon zijn werk, maar toen pas realiseerde hij zich dat dat 'simpele gebaar' voor Jaap van levensbelang was. En daarmee was Carlosmomentjes een feit. Een stichting die zich inzet om met kleine gebaren een groot verschil te maken. En het mooie is: iedereen kan het! Simpel en op je eigen manier, want in ieder mens schuilt een broeder Carlos.

### Wat doen Jaap en zijn stichting precies?

Wat niet, kun je je beter afvragen. Zo is Jaap inmiddels een veelgevraagd spreker en inspirator. Heeft hij een inspiratienetwerk opgezet voor ondernemers, gelukslessen ontwikkeld voor basisscholen en twee succesvolle boeken op zijn naam staan, waarvan een deel van de opbrengst gebruikt wordt voor het planten van bomen. Hij geeft vakanties in het Carloshuis weg aan mensen die het nodig hebben en zet hartverwarmende mensen in de stralende zon met bloemen en een heuse zorgaward. Ook zet hij mensen aan om zelf simpel het verschil te maken voor een ander. Door prachtige voorbeelden te delen via zijn eigen ontwikkelde speciale geluksapp. Hierin delen en enthousiasmeren mensen elkaar tot simpele waardevolle acties. Zo blijft de impact groeien.

### Goed doen vermenigvuldigt

Superhelden, een appje en verkoeling. Zomaar drie voorbeelden van geluksmomenten die gedeeld zijn op zijn platform en zich vermenigvuldigen. Zo trakteerde Mieke op een snikhete dag de postbode op een roze waterijsje. Stuurde Fleur een appje naar een klasgenootje dat zijn opa was verloren om hem sterkte te wensen. En wassen de glazenwassers de ramen van het kindziekenhuis in Utrecht tegenwoordig verkleed als superheld, met tal van blije snoetjes als gevolg. Goed doen is niet zo moeilijk en een klein gebaar brengt groot geluk. En als je bedenkt dat negatieve dingen drie keer meer aandacht vragen dan positieve, weet je wat je te doen staat!

### Hoe kun je Carlosmomentjes steunen?

Hoewel de stichting geen winstoogmerk heeft, heeft ze wel grote ambities en elke bijdrage is daartoe meer dan welkom. Alle opbrengsten gaan naar de stichting en op carlosmomentjes.nl/ikwilhelpen staan de mogelijkheden op een rij. Check dus vooral even de site en vind alle informatie die je zoekt.

Wat je daarnaast ook kunt doen, is je buurman, moeder, tante, tandarts of postbode een geluksmoment bezorgen of gewoon simpel toelachen. En download zeker ook de gratis geluksapp voor de nodige dosis positiviteit in je leven.





# STICHTING DIERENNOOD

September 2009. Hanno Berger was werkzaam als manager in het toerisme en was op dat moment met een grote incentive groep op reis in Indonesië. Gezamenlijk etend buiten op het terras van het hotel hoorden ze plotseling een verschrikkelijk hondengehuil. Het ging door merg en been, en Hanno en wat anderen spoedden naar de plek des onheils. Wat ze daar aantreffen, is te gruwelijk om hier op papier te zetten. Het was toen dat er iets knapte bij Hanno.

“Weer thuis in Nederland bleef het aan me knagen”, vertelt Hanno. “Ik kon niet bevatten dat de mensheid in staat is om andere levende wezens zoveel leed aan te doen. Ik wilde iets doen; de rest van mijn leven volledig wijden aan het helpen van zwerfdieren. Maar niet zonder te overleggen met wijlen mijn vrouw Stephanie. Zij gaf me haar zegen. Wel moest ik haar beloven dat ik een eigen stichting ging oprichten die zonder enige vorm van vergoeding structureel zwerfdieren ging helpen.” En zo geschiedde. Hanno zei zijn topfunctie op, Stephanie zou de kost gaan verdienen, de auto ging de deur uit en vanaf dat moment hoorden vakanties, bioscoopbezoeken en uit eten gaan tot het verleden.”

## Van luxelevens naar andere rijkdom

Om de situatie te kunnen peilen, bezocht Hanno eerst tientallen lokale asielen in heel Europa. Van Spanje en Portugal tot Oekraïne en Hongarije. Overal kwam er één eenduidig antwoord op zijn vraag waar de nood het hoogst was: er was vooral behoefte aan sterilisaties. Hanno: “Terug op eigen bodem heb ik direct contact gezocht met de faculteiten Diergeneeskunde van de universiteiten in Utrecht en Gent. En nog geen half jaar later waren de eerste studenten op weg om lokale dierenartsen te helpen met steriliseren en castreren. Dat werden uiteindelijk 5.000 tot 6.000 ingrepen op jaarbasis.”

## Wat doen Hanno en de vele vrijwilligers eigenlijk?

Stichting Dieren nood rust op drie pijlers. De eerste is natuurlijk het steriliseren en castreren van katten en honden om zo de zwerfdierenproblematiek in te dammen. Ten tweede geeft de stichting wereldwijd zowel financiële als morele steun aan streng geselecteerde dierenhulpers om noodhulp te kunnen bieden. Bijvoorbeeld voor dieren die uit stoerdoenerij aangereiden worden of die op andere manieren getroffen worden door de wreedheid van mensen of door een ongeval. En de derde pijler is educatie voor kinderen van 8 tot 12 jaar over respect voor dieren. Vooral in Zuid- en Oost-Europa is het kernteam van de stichting hier momenteel druk mee bezig.

Een greep uit de succesverhalen: Ontmoet Sasha uit Servië. Hij heeft meer honden dan alle asielen in Nederland bij elkaar; inmiddels meer dan 800. Die hebben vooral eten nodig. En dan het liefst voedzaam, om zo hun weerstand te verbeteren. Dat is hard nodig met winterse temperaturen van min 20°C. In 2020 is er al een hulpactie voor het asiel opgezet en die gaat nu in herhaling. Gewoon omdat het hard nodig is. En omdat de woorden van Sasha bij velen zijn blijven hangen: “Voor de eerste keer in het bestaan van dit asiel is er deze winter niet één hond door ondervoeding gestorven ...” Daar doen we het voor Sasha!

## Hoe kun je Stichting Dieren nood steunen?

Eigenlijk komt het gewoon neer op euro's of dollars en alles waar de stichting voedzaam voer, medische zorg, sterilisaties, castraties, onderdak en voorzieningen mee kan betalen. Om de hulp meer concreet te maken zijn er maandacties in het leven geroepen die vermeld staan op de in 10 talen beschikbare website. Iedere donateur wordt met zijn of haar naam genoemd (of anoniem) en wekelijks wordt de tussenstand per hulpproject bijgehouden. Volledige transparantie en 100% voor de dieren, daar gaat het om. Mooi toch?

## HELP ZWERF-DIEREN WERELDWIJD

“Alleen Nederland en Vaticaanstad kennen geen zwerfhonden; verder zijn ze over de hele wereld in grote aantallen te vinden.”

~ Hanno Berger





## HELP MENSEN IN NOOD

*"Iedereen kan op zijn eigen manier en vanuit zijn eigen kracht in meer of mindere mate bijdragen aan dit goede werk."*

– Henry Dunant

# CRUZ ROJA

Wat 160 jaar geleden begon als de droom van één man, is in de afgelopen anderhalve eeuw uitgegroeid tot 's werelds grootste hulpverleningsorganisatie. Met bijna 100 miljoen leden, vrijwilligers en supporters en afdelingen in 192 landen helpt het Rode Kruis mensen bij natuurrampen, pandemieën, conflicten en andere noodsituaties. Ook het Spaanse Cruz Roja levert haar bijdrage.

Spanje stond op humanitair gebied altijd al in de frontlinie. Niet voor niets tekende het land als zevende het eerste Verdrag van Geneve, dat in 1864 opgesteld werd op initiatief van Rode Kruis-oprichter Henry Dunant. Zes jaar later kwam het Cruz Roja voor het eerst in actie en bood het humanitaire hulp bij de Frans-Pruisische oorlog. En in 1872 trad het voor het eerst zelfstandig op in de Derde Carlistenoorlog.

### Wat doet het Cruz Roja?

Hoewel er sinds de beginjaren veel veranderd is, zijn de basisbeginselen nog steeds stevig verankerd in de organisatie. Menslievendheid, neutraliteit, onpartijdigheid, onafhankelijkheid, vrijwilligheid, eenheid en algemeenheid staan centraal en vormen de basis voor alles wat het Rode Kruis doet. Of dat nu gaat om hulp bij een aardbeving, een orkaan of de bosbranden waardoor het land onlangs nog geteisterd werd. Of om de bestrijding van armoede, de opvang van evacués, het bevorderen van gelijkheid op de werkvloer of de strijd tegen discriminatie.

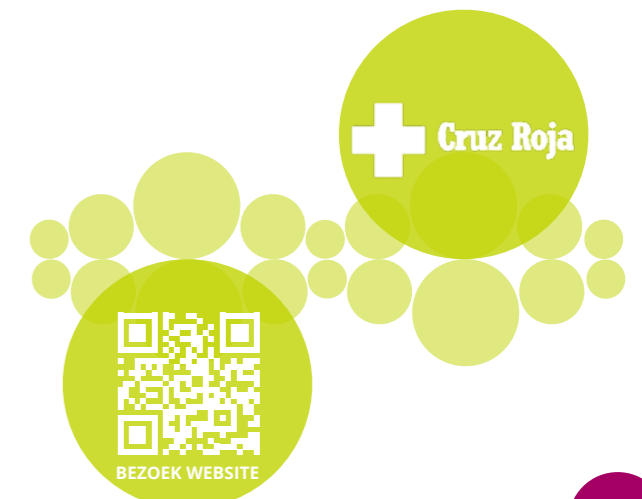
Een pakkend voorbeeld van het werk is de hulp aan de eigen bevolking in 2012. Als gevolg van de economische crisis leefde bijna 22% van de Spanjaarden onder de armoedegrens van minder dan 630 euro per maand. Ook de werkloosheid sloeg hard toe, waardoor er ook gezinnen waren waar helemaal geen geld meer binnenkwam, want een uitkering kennen ze in Spanje niet. Uiteindelijk steunde het Cruz Roja deze crisisslachtoffers met zaken als voedsel, kleding, luiers en schoolmateriaal. Maar ook werd geld beschikbaar gesteld voor onderdak aan daklozen en jongeren zonder inkomen.

### 70.000 vrijwilligers, 20 miljoen acties

Een van de bekendste voorbeelden is echter toch wel de hulp bij de coronacrisis. Aan het begin van COVID-19 riep het Rode Kruis onder de naam 'Plan Cruz Roja RESPONDE' een actie in het leven om getroffen wereldwijd te helpen. Met de medewerking van meer dan 70.000 vrijwilligers en de hulp van talrijke organisaties, zijn maar liefst 20 miljoen acties ondernomen. Acties op het gebied van vaccineren, testen, medische hulp, vervoer van patiënten en hulpgoederen, maar ook preventie en voorlichting.

### Hoe kun je het Rode Kruis steunen?

Of het nu gaat om het Cruz Roja in Spanje of om het Rode Kruis in Nederland: je bepaalt zelf wat je doneert, schenkt of sponsort, en zelfs naar welke actie je donatie gaat. Uiteraard zijn ook nieuwe vrijwilligers meer dan welkom. Dus kijk op de site van het Rode Kruis in jouw land, want er is wereldwijd nog meer dan genoeg werk aan de winkel.



# GOEDE DOELEN

Op de vorige pagina's maakte je kennis met onze vijf pijlers. Daarnaast ondersteunt de Global Products Group tevens in bescheiden mate aanvullende sociale initiatieven:

## Zakenvriend KWF Kankerbestrijding

Als onderdeel van de Global Products Group, is Funeral Products Zakenvriend van KWF Kankerbestrijding. Met onze bijdrage steunen we wetenschappelijk onderzoek en helpen we wetenschappers een stap in de richting van nog meer kennis, nieuwe successen en betere behandelingen. Bovendien maken we ons hiermee sterk voor een betere kwaliteit van leven voor mensen met en na deze vreselijke ziekte.

<https://www.kwf.nl/doneren/zakenvrienden>



## Article 25 foundation

Article 25 foundation is geboren uit liefde en behoefte voor mensen die leven met dementie. Het is de missie van de stichting om wereldwijd bewustzijn te creëren voor mensen met dementie, om hen te zien en te behandelen als gelijkwaardige menselijke wezens en om hen een goede levensstandaard te bieden.

<https://article25foundation.com/nl/>



## Leger des Heils

Het Leger des Heils geeft eenzame mensen een plek waar ze met open armen worden ontvangen. Kwetsbare mensen die zomaar bij jou in de straat kunnen wonen. Hans bijvoorbeeld (59). Hij raakte door een depressie zijn baan in de ICT kwijt en uiteindelijk had hij ook geen huis meer. Na een lange weg krijgt hij eindelijk zijn leven weer op de rit. Hij werkt nu als vrijwilliger bij de buurthuiskamer in Rotterdam en voelt zich gelukkiger dan ooit.

<https://www.legerdesheils.nl/doneer>



OOG VOOR  
DE WERELD  
OM ONS HEEN

*"Be the change you want to see in the world."*  
~ Gandhi



EEN SLOTWOORD  
OF JUUST  
EEN BEGIN?

# HOE NU VERDER?

Het gedachtegoed van 1 persoon vertaald in 3 bedrijven met gezamenlijk meer dan 15 jaar historie. Meer dan 2.000 producten als resultaat van het harde werk, 25 leveranciers die daaraan bijdragen en klanten in Europa, Noord-Amerika, Australië, Nieuw-Zeeland en op nog zoveel meer plekken wereldwijd. En 5 pijlers en tal van kleinere sociale initiatieven die onze aandacht verdienen. Omdat we het belangrijk vinden. Maar we willen meer, we willen verder, slimmer en beter.

*“31 MVO Prestatieladder thema’s, 17 Sustainable Development Goals (SDG’s) en 169 bijbehorende targets zijn de volgende stap.”*

En jij? Wat doe jij? Hoe geven jullie vorm aan duurzaamheid? Goed voorbeeld doet volgen, dus hopelijk hebben wij je kunnen inspireren in jouw rol en verantwoordelijkheden. Dit GPG-rapport is misschien een begin. Maak er wat moois van. Voor jezelf, voor die miljarden mensen op onze wereld en voor die ene planeet.



## Global Products Group

Industrieweg 10-12

5627 BS Eindhoven

Nederland

T +31 (0) 40 248 50 60

F +31 (0) 40 248 28 80

[www.globalproductsgroup.eu](http://www.globalproductsgroup.eu)

[info@globalproductsgroup.eu](mailto:info@globalproductsgroup.eu)



**Global Products Group**

globally responsible

