IMPACT IN BEELD: VOORBEELDEN UIT HET BEDRIJFSLEVEN

Publicatie/Dossier vervolgpagina

Zo veel organisaties, zoveel manieren om impact in beeld te brengen. Met een eerlijke telefoon heb je een heldere boodschap, maar om van kromme komkommers of doodgewone afhaalmaaltijden een goed impactverhaal te maken, is meer nodig. We vinden voorbeelden bij Tony’s Chocolonely, Kromkommer, Fairphone en Thuisafgehaald .



Tony's Chocolonely: slaafvrije chocolade

De missie van Tony’s Chocolonely: 100% slaafvrije chocolade. Het repenmerk werkt bewust alleen in probleemgebieden, zoals Ghana en Ivoorkust, waar ze het grootste verschil kunnen maken. Voor de ruim 36,5 miljoen repen die ze verkochten in 2018, werkte Tony’s samen met meer dan vijfduizend boeren, die ze boven op hun gebruikelijke loon in totaal ook nog eens €2.283.572 aan premie gaven, om zo een leefbaar inkomen te verdienen. Daarmee is Tony’s Chocolonely uniek in het schap: vrijwel geen enkel chocolademerk kent de afkomst van zijn eigen cacao, zelfs niet als die duurzaam of gecertificeerd is. Bij Tony’s komt ruim 9,6% van de verkoopprijs bij de cacaoboer terecht, en daar zijn ze trots op.

Zo brengt Tony's zijn impact in beeld



Kromkommer: geredde groenten

Kromkommer wil voedselverspilling tegengaan en redt daarom groenten met een ietwat afwijkend uiterlijk van de GFT-stapel Zo redden ze in 2018 bijna 60.000 kilo groenten, waarvan 417.000 kommen krommegroentensoep werden gegeten. Op sociale media bereikte Kromkommer nog meer mensen: het succesvolste bericht had meer dan twee miljoen lezers. Met 227 winkels, 95 restaurants en 23 webshops heeft Kromkommer inmiddels een mooie *community* aan partners opgebouwd. Maar bereikscijfers zeggen weinig over de werkelijke impact van Kromkommer. Die impact is er wel degelijk, want ook in de politiek laat Kromkommer van zich horen: in juni 2018 nam de Tweede Kamer de ‘KromMotie‘ aan, die de regering verzoekt zich op Europees niveau in te zetten voor het schrappen van de cosmetische eisen die aan groente en fruit worden gesteld. Zo heeft Kromkommer ook systemische impact.

Bekijk het hele cijferoverzicht hier (PDF)



Fairphone: duurzaam in contact

Fairphone streeft naar een zo duurzaam mogelijke telefoon. Is alleen je scherm, camera of batterij stuk?

Bij een Fairphone kun je vrijwel ieder onderdeel gemakkelijk zelf vervangen en blijft de software *up to date*. Ook in het materiaalgebruik zoekt Fairphone naar de beste opties: alleen wat duurzaam geproduceerd is, belandt in een Fairphone. En natuurlijk worden onderdelen van oude telefoons hergebruikt – niet alleen van Fairphones, maar ook van andere merken en modellen. Dit alles heeft zijn vruchten afgeworpen: inmiddels zijn er 135,000 telefoons verkocht vanaf 226 verkooppunten.

Lees meer in Fairphones *impact report*



Thuisafgehaald: matches tussen thuiskoks en afhalers

Thuisafgehaald koppelt mensen die koken en mensen die graag voor zich laten koken aan elkaar: wie een restje over heeft of het eenvoudigweg leuk vindt om wat extra monden te voeden, plaatst een oproep op de site, en komt zo in aanraking bekende buurtgenoten én nieuwe gezichten. Sinds maart 2012 vonden meer dan 260.000 van zulke ontmoetingen plaats, met bijna tweehonderd langdurige matches tussen thuiskoks en afhalers die vaker van elkaars diensten gebruikmaken. Op die manier brengt Thuisafgehaald persoonlijke én maatschappelijke effecten teweeg: hulpbehoevende afhalers kunnen langer zelfstandig wonen, waardoor zij minder snel afhankelijk zijn van professionele zorg. Dit levert, zo berekende Avance voor Thuisafgehaald, per match € 2.042 tot € 4.446 aan besparingen op.

Bekijk de details hier