



Schuttelaar
& Partners

Alumni Event

4 maart 2020



Leuk dat jullie er zijn

16:30 Welkom

- Korte terugblik
- Panel met de partners
- Aandacht voor de alumni
- Kijkje in de keuken

17:30 Borrel met band





Schuttelaar
& Partners



25 jaar S&P

Onze huisstijl verandert mee



Schuttelaar & Partners
Adviesbureau voor Maatschappelijke Communicatie BV



1995



2005



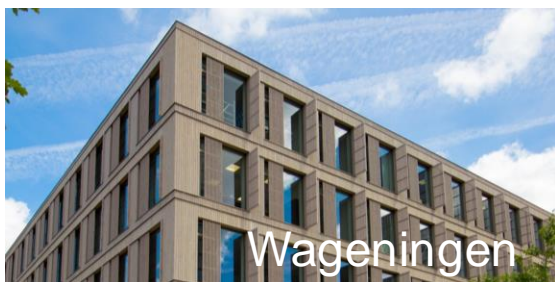
2020



En de kantoren ook...



1995 → 1999 → 2006



Ontwikkelingen bij S&P

- 1995 Start van het bureau
- 1998 Eerste Maatschappelijke Café
- 2007 Raad van Advies
- 2008 DuurzaamheidKompas
- 2008 Overname De Rotterdamsche
- 2010 Van DGA naar coöperatie
- 2015 BCorp gecertificeerd
- 2018 Stichtingen in huis
- 2019 Ontwikkeling 3 jaren BusinessPlan
- 2020 25 jaar bestaan



Medewerkers bij S&P

- 1995 Start van het bureau
- 1996 8 medewerkers in dienst
- 2000 30 medewerkers in dienst
- 2001 Bureau in Brussel
- 2006 60 medewerkers in dienst
- 2009 Met JOGG in het pand
- 2010 Bureau in Wageningen
- 2015 80 mensen in dienst
- 2020 85 medewerkers in dienst, waarvan 15 in Brussel en 15 in Wageningen en daarnaast 12 externen



Wij stonden aan de wieg van:

- Strategisch stakeholdermanagement
- Leesbare MVO verslaglegging
- Illustratieve waardeketens
- Aanbodgestuurd denken om consumenten te verleiden
- Het denken in termen van purpose
- Het belang van preventief gezondheidsbeleid
- Crisis-, issuemanagement en recalls
- Nudging als tool voor gezond leven
- Milieu Centraal, Weidegang, JOGG, Vinkje, Noordzeeboerderij, Noordzeevis

Steeds weer de koppeling van content, communicatie en creatie



Trots op:

- Allereerste MVO verslag in Nederland (voor AH) gaf de aanzet voor enthousiasmerende MVO-verslagen
- Gedragscode voor Nefyto en VVNH lieten zien dat bedrijven gezamenlijk stappen willen zetten
- 10 jaar IKB gaf forse vermindering suiker, zout en vet in voedselproducten
- Introductie van PlanetProof geeft het tussensegment een duidelijk profiel
- Aanbod gestuurd kiezen en nudging centraal zetten is uitgangspunt van beleid
- De rol van de supermarkt is essentieel in de verduurzaming en wij helpen ze allemaal
- Talloze commodity ketens (palmolie, soja, koffie, bananen, hout) zijn nu transparant geworden
- Stakeholderdialoog is volledig ingeburgerd evenals de materialiteitsanalyse
- Drinkwatercampagne voor JOGG; op crèches is water drinken gewoon geworden
- Bouw van het Deltaplan Biodiversiteitsherstel
- Grote overheidscampagnes, zoals rookvrije start en band op spanning
- Inzameling drankenkartons is in alle gemeenten gerealiseerd en straks ook eindelijk statiegeld voor kleine flesjes



Richtingen voor de komende jaren

1. Meer transparantie in internationale ketens
2. Afscheid van de fossiele economie, ook voor verpakkingen
3. Hogere groente consumptie
4. Eerlijke prijs voor ons voedsel
5. Gezonde leefstijl wordt de norm, voor arm en rijk
6. Landbouw in lijn met klimaat en natuur
7. Gezond kiezen wordt steeds gemakkelijker
8. Snelle energietransitie, voor iedereen bereikbaar
9. Preventie wordt het nieuwe normaal



Terugblikken, maar ook vooruitkijken

- Brochure met de 9 challenges en projecten met impact
- Georganiseerd in solutionteams, rondom deze challenges
- Een full service communicatiegroep op zolder
- Met 6 partners vormen we nu de Coöperatie

Wij gaan door! Doen jullie mee?

- We zoeken nieuwe mensen en nieuwe partners
- We gaan actief op pad met onze challenges, o.a. richting politiek
- We bouwen door aan het netwerk en nieuwe initiatieven
- We hebben haast om de opportuniteiten te verzilveren

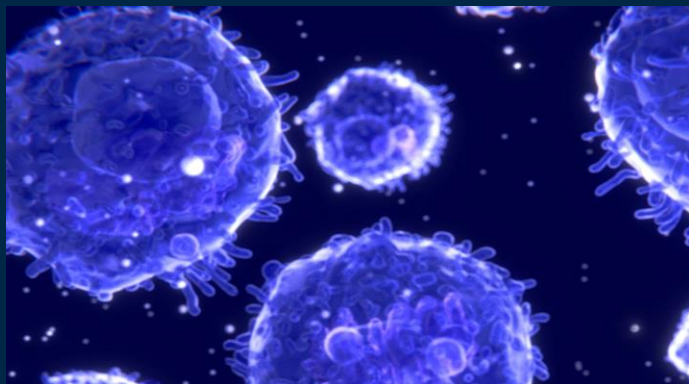


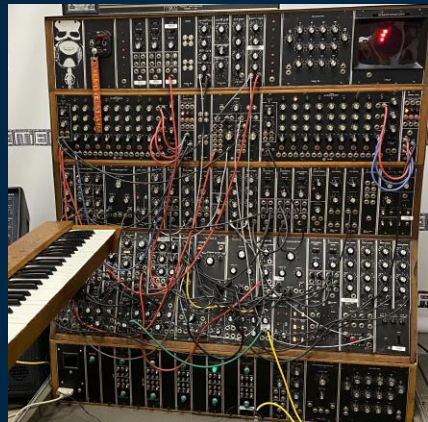


Panel met de partners



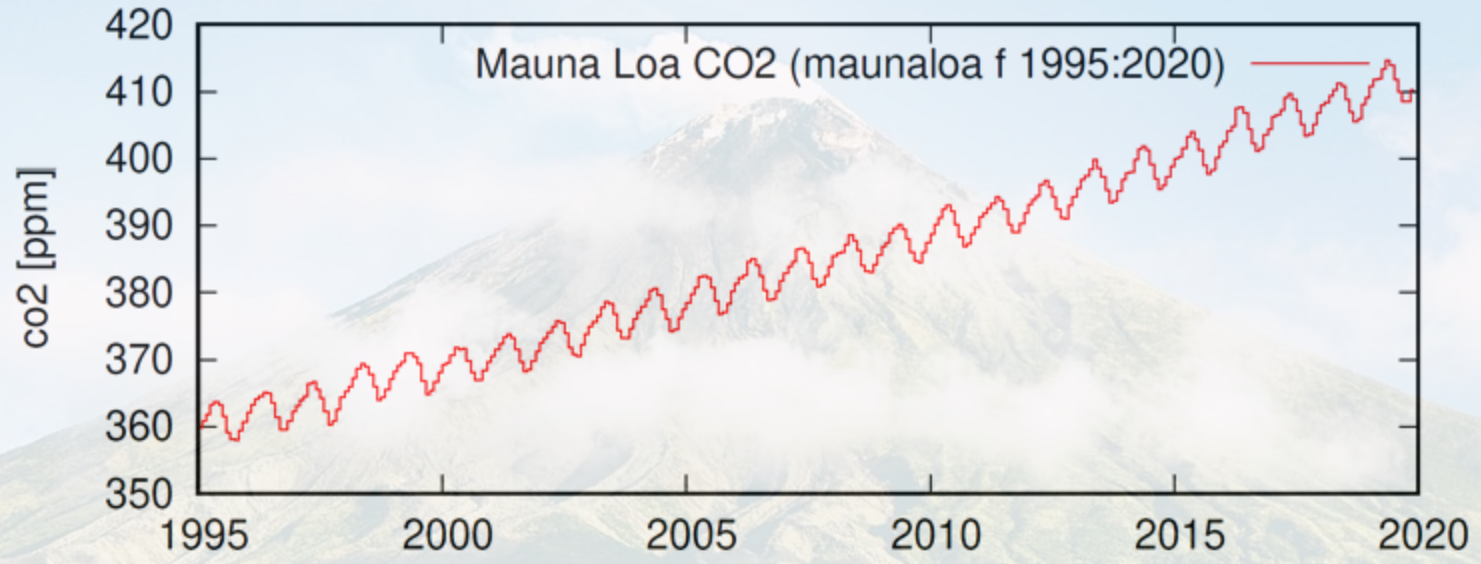














student en kenniswerker stu...

LEVENSMIDDELEN

Groeiende honger naar nepvlees leidt tot krapten

Jermen Koort en Lisa van der Velden
Amsterdam

De populariteit van vleesvervangers heeft een run op plantaardige grondstoffen in gang gezet, met stijgende prijzen tot gevolg. Dat zeggen fabrikanten en chemiebedrijven tegenover het FD. 'Voer 2020 rekenen we op 70% groei, maar als het meet is, zitten we zonder grondstoffen', zegt directeur Frank Giesen van vleesvervangerfabrikant Ojah uit Gelderland.

Vleesvervangerfabrikant Ojah is bedacht voor tekorten. 'Aan onzezijde kan op korte termijn een tekort ontstaan', zegt Giesen. Ook voor andere ingrediënten legt hij waarschuwingen voor de zekerheid een jaar van tevoren vast, ter wijl de vraag zich langzaam ophoopt.

Het Amerikaanse Puris, producer van een tekortwit en hofleverancier van Beyond Meat, ziet de krapte ook. Het bedrijf moet de aflevering vijf jaar later hier uitbreiden. Een nieuw bedrijf wordt bijna twee keer zo groot.

In Vegetarische Maat, onderdeel van Uni-lever, maakt zich vooral druk over een volgende stap: plantaardig vlees ook vegetarisch te maken, dus zonder dierlijke bestanddelen zoals kippenvel en melk. Dit is noodzakelijk om

LEVENSMIDDELEN

Brouwers investeren massaal in alcoholvrij bier in jacht op

Fabrikanten spelen in op gezondheidstrend in de hoop stagnatie

Jan Broekman
Amsterdam

De brouwers investeren dit jaar forse in alcoholvrij bier. Ze moeten wel de wijziging van 'gezonde' als status van bier in Europa en de VS. De markt voor alcoholvrij bier groeit juist jaarlijks met dubbele cijfers en de marges zijn in potentie relatief hoog.

In heel Europa verlicent men nu de brouwrechten 'naaktvoetend', zegt de ho-analist Franses van der Meer. De brouwers drinken minder bier, van gemiddeld 7,9 liter per jaar in 2009 naar 5,6 liter in 2018. 'Het is een bedrijf als Jumbo dat nu in 2018 nu verliest en probeert om het merk op te bouwen'.

In de eerste helft van 2019 verkocht Heineken wereldwijd 6,9 miljoen hectoliter laag of non-alcoholisch bier, bij een stijging van bijna vier ten opzichte van een jaar eerder. Het aandeel van de niet-alcoholische bieren van alle brouwers samen steeg in deze periode bij Heineken met 3,2%.



Vooral jongere generaties vinden alcoholvrij bier lekker. Ook bij brouwers.

AUTO'S

Dieptepunt Duitse auto-industrie: laagste productie in 23 jaar

Voor export wagens neemt af, Nederlandse toeleveranciers voelen terugval

Verheven in de Maand
Jeroen Segers
Berlijn, Duitsland

Een nieuw dieptepunt voor de Duitse auto-industrie. De productie is gedaald naar het laagste niveau in bijna een eeuw. Belangrijke oorzaak: een sterk afgenomen export van auto's uit de Bondsrepubliek. Vrij cijfers die binnen weken gepubliceerd worden, zijn suggestief voor de Duitse auto-industrie: vertel ons dat de Duitse auto-industrie wereldwijd de laagste productie heeft bereikt.

Voer de Duitse auto-industrie de laatste maanden van 2018. Het aantal auto's dat werd geëxporteerd uit Duitsland is met 1,1 procent gedaald ten opzichte van de periode van oktober tot september 2017. Het aantal auto's dat werd geëxporteerd uit Duitsland is met 1,1 procent gedaald ten opzichte van de periode van oktober tot september 2017.

De Duitse auto-industrie is in 2018 voor de eerste keer in 23 jaar in een dieptepunt terechtgekomen. Dit komt vooral door de dalende export van auto's uit Duitsland. De Duitse auto-industrie is in 2018 voor de eerste keer in 23 jaar in een dieptepunt terechtgekomen. Dit komt vooral door de dalende export van auto's uit Duitsland.



Verder op pagina 3



18 februari 2020 18:01

Laatste update: 18 februari 2020 18:01

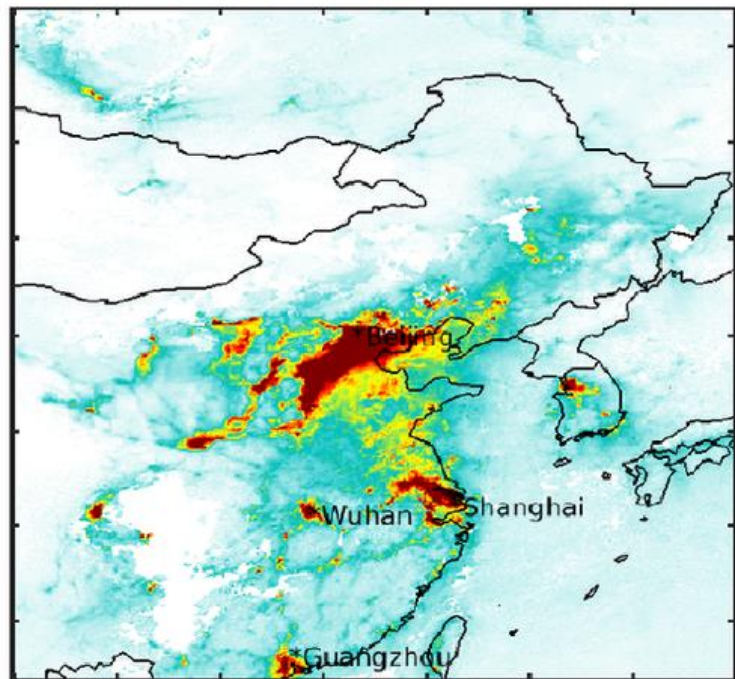


Terwijl de wereldeconomie afgelopen jaar flink groeide, bleef de uitstoot van het broeikasgas CO2 ongeveer gelijk, zo meldde het Internationaal Energie Agentschap vorige week. Is dit het grote keerpunt, waarna de mondiale uitstoot zal beginnen af te nemen?

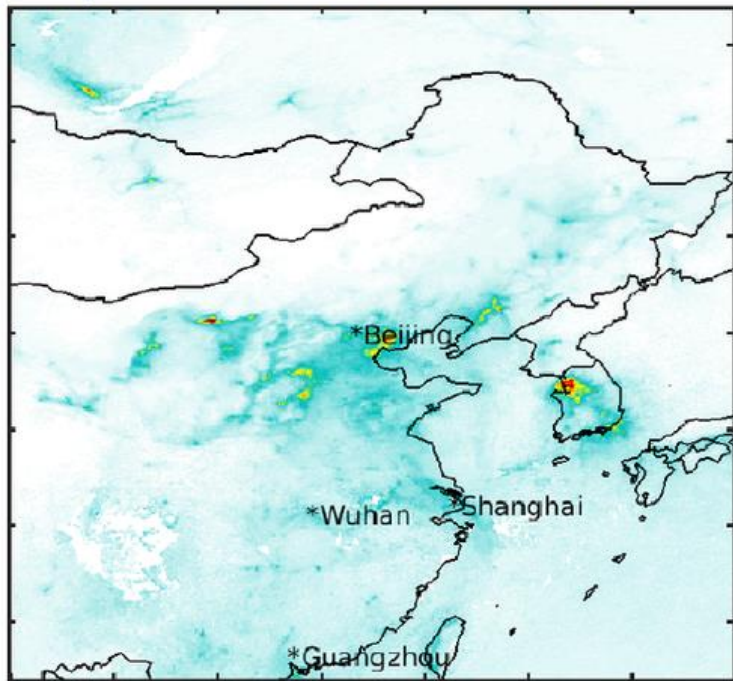
Detlef van Vuuren geeft antwoord. Hij is klimaatexpert van het Planbureau voor de Leefomgeving en de Universiteit Utrecht, en hoofdauteur bij het Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), een organisatie van de Verenigde Naties.



Voor Corona
(10 tot 30 dec 2019)



Sinds lockdown
(23 januari tot 6 februari 2020)




TROPOMI NO₂ waarneming (10^{15} molec. cm⁻²)





Schuttelaar
& Partners

— —
**Waar denken jullie
met plezier aan
terug?**



**“Ik heb ontzettend veel
geleerd en ben dankzij S&P
een veelzijdige professional
geworden.”**




**“Het samen bouwen aan een
tent en aan die duurzamere
wereld”**

**“Vooral de grote diversiteit
aan projecten en klanten en
dat samen met de fijne
collega’s, maakte het werk
leuk.”**



“Dat we dingen anders durfden te doen. Tegen de gangbare en klassieke methodieken in.”



**“Daar heb ik geleerd dat
commercieel werken en
maatschappelijk zinnig bezig
zijn, goed kunnen
samenkomen.”**

“Dat er soms zoveel mensen naar een rapport wilden kijken, was lastig maar het zorgde wel voor een perfect eindresultaat.”

— —
“Ik moet altijd terugdenken
aan die keer dat we 2
kamerleden een pak yoghurt
hebben laten uitknippen...”

— —
“Ik kijk met een heel goed en dankbaar gevoel terug op S&P.”

— —
“Ik mis S&P erg! Pas als je
weg bent besef je hoe
bijzonder de club is.”



Schuttelaar
& Partners



Tips aan S&P


— —
“Koester de mensen die
snoeihard werken maar dat
niet van de hoge toren
schreeuwen ”




**“Blijf de voorloper op de
maatschappelijke
ontwikkelingen.”**



**“Durf anders te zijn, meer
maatwerk en originaliteit.
Wees in je adviezen creatief
en met lef.”**



“Nu ik aan ‘klantzijde’ zit en samenwerk met bureaus, denk ik dat S&P best moeilijk deed over het doorrekenen van extra gemaakte uren. Gewoon in rekening brengen! Doet iedereen. ”



“Creëer met alle (oud)medewerkers een soort community waarin je elkaar versterkt in alles wat iedereen doet aan het verduurzamen en gezonder maken van Nederland.”



“Hoog tijd voor om wat meer te doen aan de PR en social media voor S&P zelf.



**“vooral doorgaan en
op naar de 50!”**



Oud- Schuttelarianen voor a Healthy World

door Karin van Dooren

Hier zetten jullie je voor in

Landbouw	10%
Voeding	11%
Gezondheid	18%
Energietransitie	2%
Verpakkingen	1%
Overig duurzaam en maatschappelijk	35%
Overig niet-maatschappelijk	23%



Vanuit de volgende domeinen

Publiek	32%
Privaat	42%
Non profit	23%
PPS	3%



Met deze specialisaties

Consultancy	9%	International trade & development	2%	Hospital & health care	2%
Management consultancy	2%	Environmental services	3%	Pharmaceuticals	3%
Organization management	5%	Government administration relations	5%	Biotechnology	2%
Communicatie	14%	Research	5%	Banking Financial services	2%
Concept & design	3%	Onderwijs	4%		
Web & information technology	8%	Retail	1%		
Stakeholder engagement	2%	Food production food & beverages	5%		



In onder andere deze rollen

**BRAND LEAD
LUNG CANCER
AND MULTIPLE
MYELOMA**

**PROGRAMMA
MANAGER**

**QUALITY
ASSURANCE &
SUPPLY CHAIN
DEVELOPER**

**AGRI BUSINESS
ADVISOR AND
COOPERATIVE
EXPERT**

**SUSTAINABILITY
REPORTING
SPECIALIST**

**DIRECTOR
COMMUNICATION
& EXTERNAL
AFFAIRS**

— —
En ook ...

BREINVERLEIDER

STROOMLIJNER

**CHANGE
MANAGER**

**OPGEWEKT OVER
DUURZAAMHEID!**

**SOCIAL IMPACT
CONSULTANT &
RESEARCHER**

**VERANDER- EN
INNOVATIE
MANAGER**

— —
Waar
komen
jullie
je bed
voor
uit?



**Caroline
Duiven-
voorden**

Business
consultant | Gray



**Claire
Tielens**

Communicatie
manager | NVDE



Ilse Straver

Product &
Innovation
Manager |
Wessanen
Benelux



**Wieteke
Wouters**

Programme
Director |
HollandBIO





Schuttelaar
& Partners



— —

Break-out sessies en afronding

Het verdere programma

- Groepsfoto
- 5 break-out sessies
- Films uit de oude doos
- Band
- Borrel met hapjes



— — Break-out sessies

- Blockchain | door Joost | op de Zolder (3^e etage)
- EU-projecten | door Lorena | in de Tweede Kamer (2^e etage tuinzijde)
- Landbouw en klimaat | door Harry | in de Ridderzaal (2^e etage straatzijde)
- Noordzeeboerderij | door Koen | in de Eerste Kamer (1^e etage straatzijde)
- Verpakkingen | door Karel | in het Binnenhof (1^e etage tuinzijde)
- Films van vroeger | in het Kabinet (begane grond)





Groepsfoto!



Schuttelaar
& Partners

**Geweldig dat
jullie er zijn!**