

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie



WELKOM

GOUDA bruist!

Gemeente Gouda

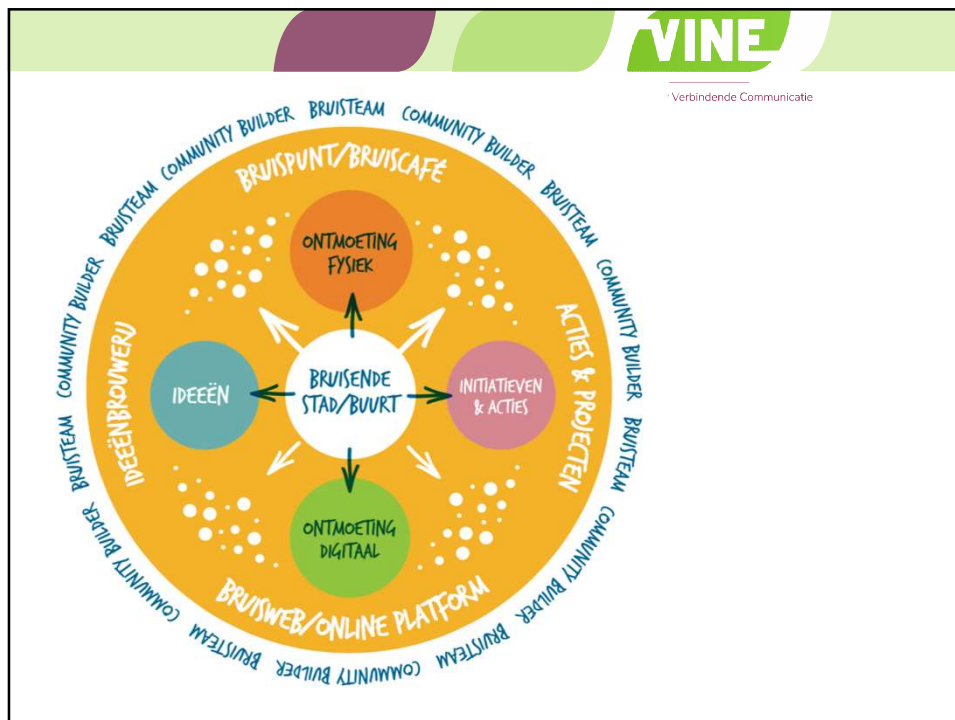
GOUDA
LIVABLE
MARK
FAIRTRADE
GEMEENTE
GOUDA

Wat kan Gouda Bruist betekenen voor de SDGs en het MKB in Gouda?

Globale Klimaat en Sociale Doelen bereiken met Gouda en het MKB, kan dat?

Martijn Ceelen : Globaal en Gemeente Data Specialist, internationaal gecertificeerd trainer verbindende communicatie en globaal en lokaal buurt leven verrijker bij Gouda Bruist

1



2

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Stel je voor, je loopt een Goudse Kaas winkel binnen en.....?

Biologische Kaas: €30 per kg; 6kg CO₂ per kg 

Niet-Biologische Kaas: €20 per kg; 12kg CO₂ per kg  

Wat zou u Kiezen ?



3

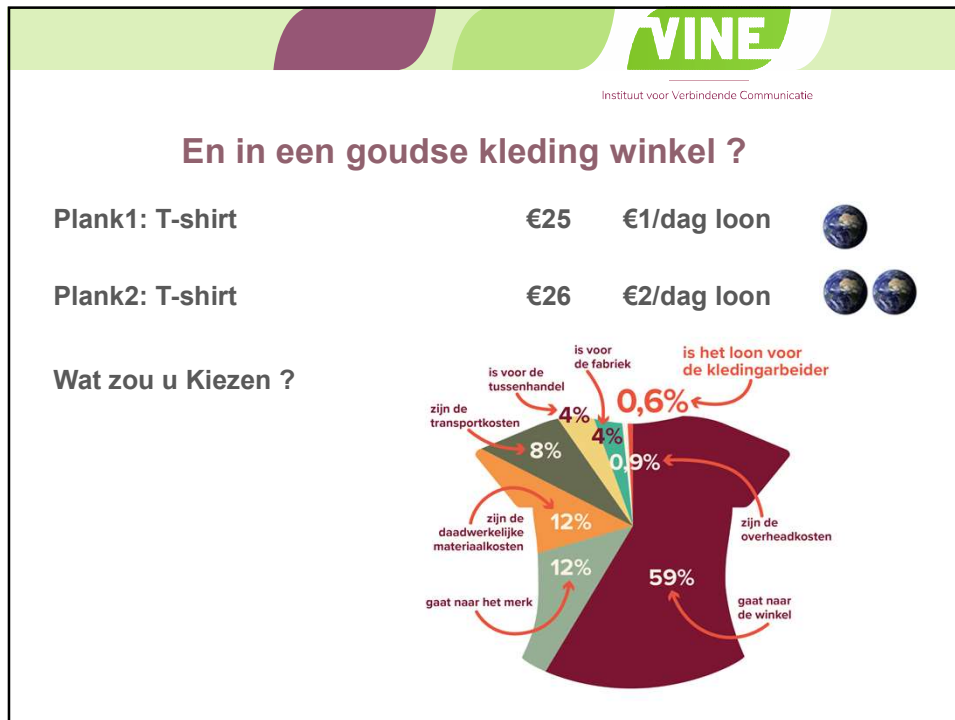
VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

En in een Goudse Lunchroom ...?

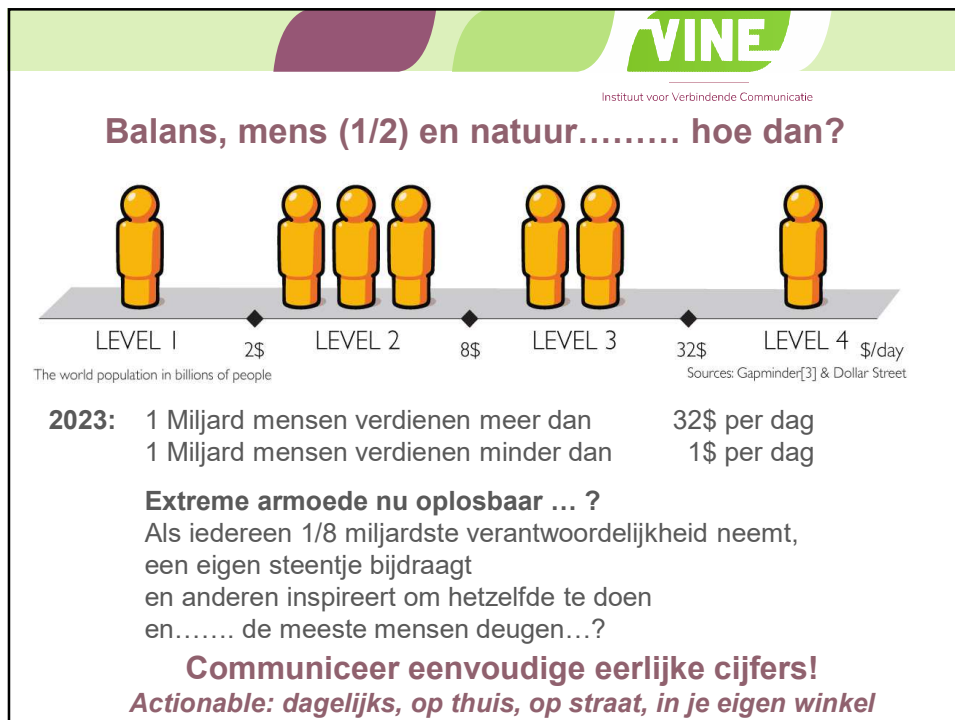
MENU

KOUDE DRANKEN	20 cl	€	CO ₂
SPA rood	20 cl	3.10	80 g CO ₂ 
SPA blauw	20 cl	3.10	70 g CO ₂ 
Gouds kraanwater	20 cl	1.65	0.16 g CO ₂ 
Tonic	20 cl	3.75	90 g CO ₂ 
		3.75	90 g CO ₂ 

4



5



6

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Balans, mens en natuur (2/2) hoe dan?

LEVEL 1 2\$ LEVEL 2 8\$ LEVEL 3 32\$ LEVEL 4 \$/day

The world population in billions of people Sources: Gliminder[3] & Dollar Street

2020: 30% Wildernis ≈ 3000 miljard bomen
≈ CO₂ compensatie 3 miljard mensen

2030: Herstel voorstel 70% wildernis:
rijkste 1 miljard planten 1 boom per dag

Communiceer eenvoudige eerlijke cijfers!
Actionable: dagelijks, op thuis, op straat, in je eigen winkel

7

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Gouda Bruist en SDG's: Top-down EN Bottom up SDG's zoektocht

GOUDA bruist! Personen Organisaties Agenda

Open filterscherm

2834
personen

Sorteer op:
Laatst actief

Peterpaul Kloosterman
 Stadmaker

Patricia van Zanten

8

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Gouda Bruist Stap1: Ontmoeten fysiek en Ideeën brouwen



9

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Donut Economie: 4 Lenzen op de SDG's



Lokaal



Gloobaal

ECOLOGISCH PLAFOND

ECOLOGISCH PLAFOND

Bio/Ecologisch

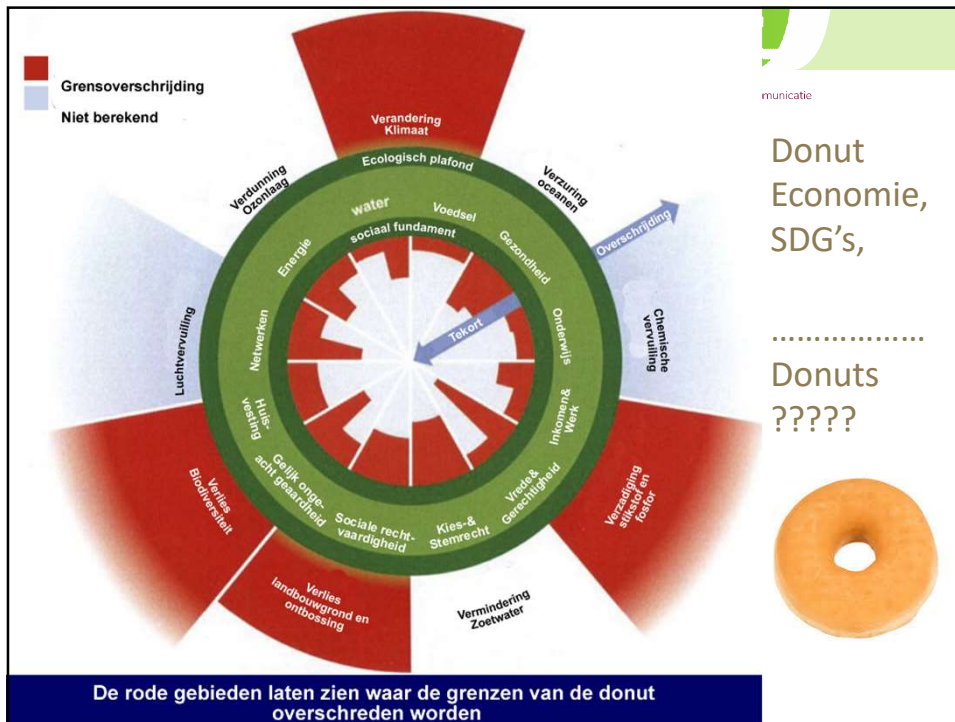


SOCIAAL FUNDAMENT

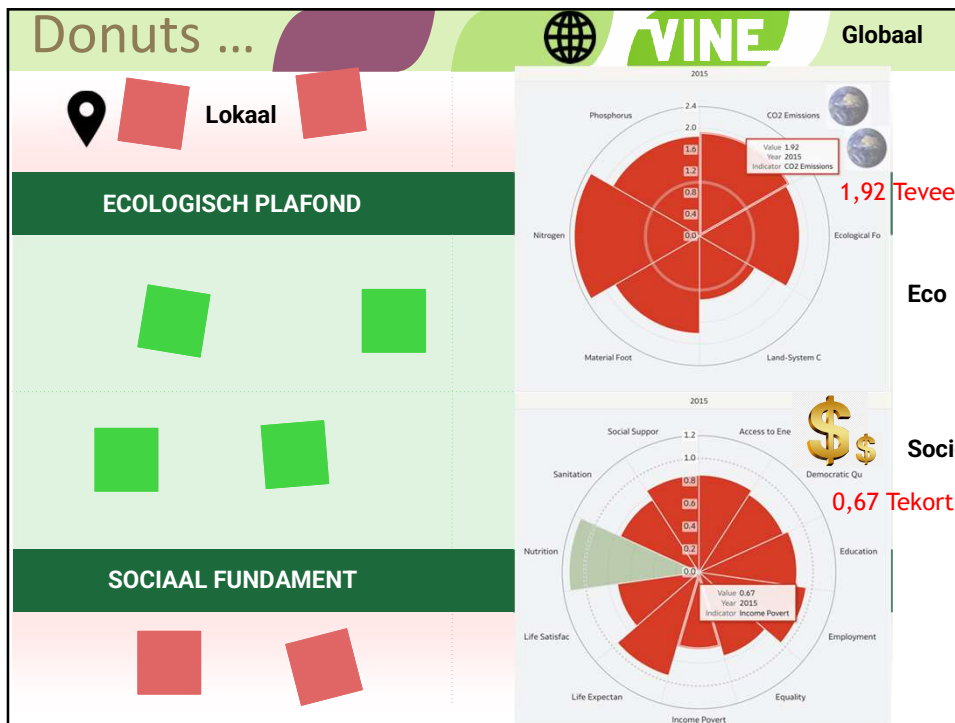
SOCIAAL FUNDAMENT

Menselijk/Sociaal

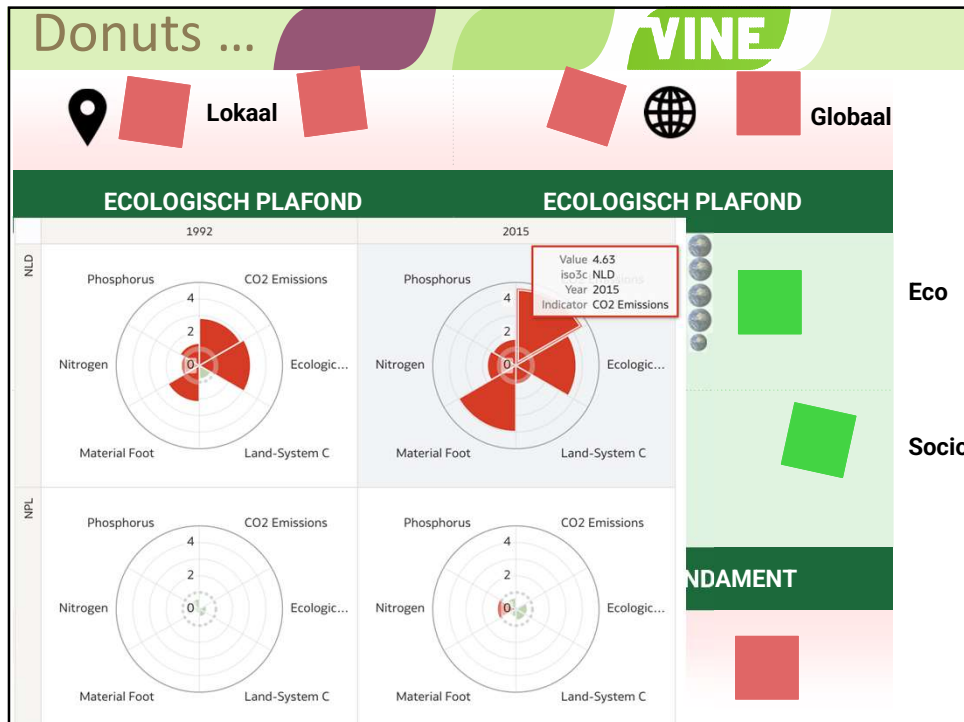
10



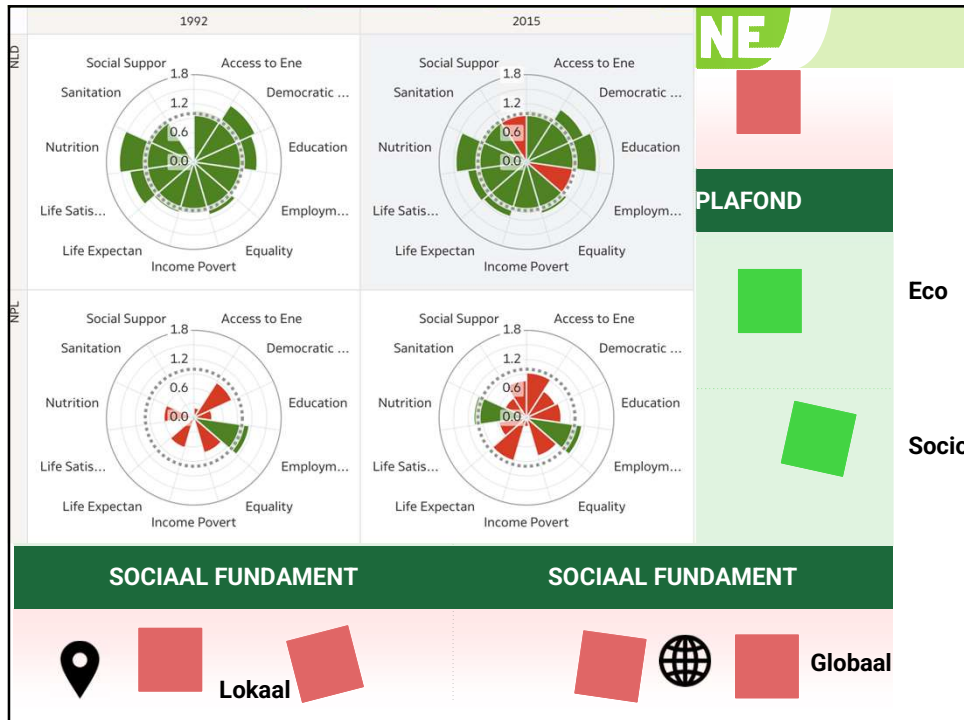
11



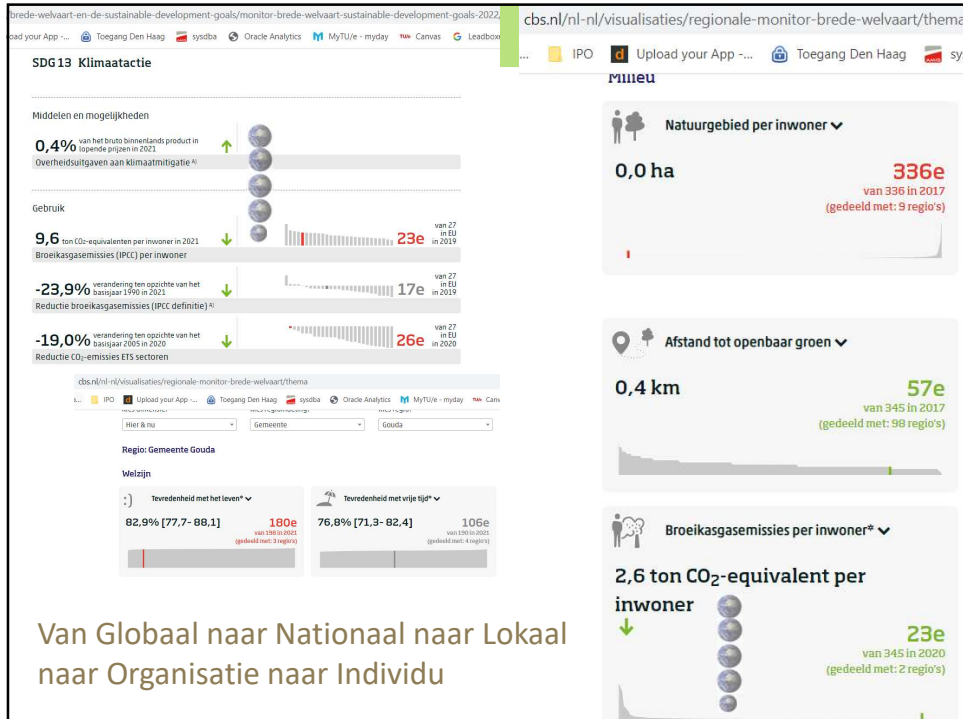
12



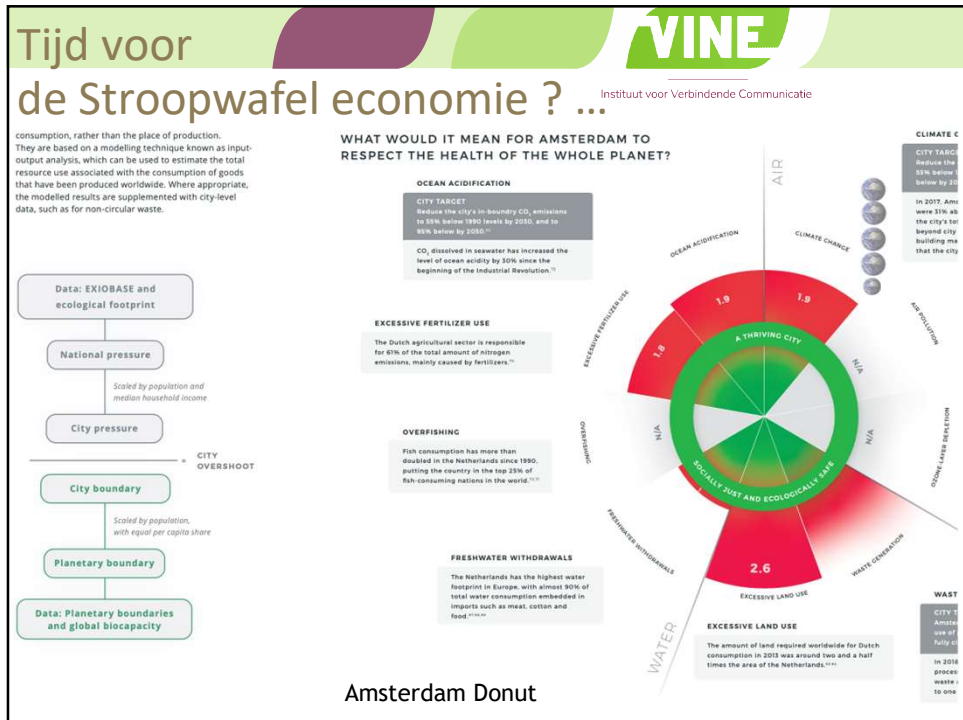
13



14



15



16

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

THE CENTER FOR
NON-VOLUNT COMMUNICATION

Wat kan Gouda Bruist en Team Data4All voor de Goudse MKB bijdrage aan de globale en lokale SDG's betekenen ?






Als iedere Gouwenaar 1/8 miljardste steentje bijdraagt vanuit eigen expertise...
 Bijvoorbeeld burgers die ondernemers helpen aan informatie/data om hun producten nog aantrekkelijker te maken... vanuit inzicht hoe ze consumenten helpen bijdragen aan realisatie van alle SDG's wereldwijd




Bottom Up én Top Down

17

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Gouda Bruis Stap2: Bruispunt/ Bruiscafé



18

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Gouda Bruist Stap3: Initiatieven en Actie



19

VINE
Instituut voor Verbindende Communicatie

Goud Bruist Stap4: Ontmoeten Digitaal

goudabruist.nl



20




Instituut voor Verbindende Communicatie

Bronnen / verder lezen ?

CO2 Afdruk materialen:
www.ecocostsvalue.com/data-tools-books/idemat/

CBS SDGs:
www.cbs.nl/nl-nl/dossier/brede-welvaart-en-de-sustainable-development-goals/monitor-brede-welvaart-sustainable-development-goals-2022/sdg-s/sdg-s

CBS per Gemeente:
www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/regionale-monitor-brede-welvaart/brede-welvaart-trend

SDG Tracker (Our world in Data): www.sdg-tracker.org

Gapminder World Facts: www.gapminder.org/resources/

Doughnut Economy Diagrams and data:
doughnuteconomics.org/tools/22

World Happiness report 2023:
worldhappiness.report/ed/2023/

Quality of Life Indicators: www.wd-pl.com/patterns/pattern-list-v2/69-quality-of-life-indicators-v2/



Quality of Life Indicators

For communities and societies to generate long-term broad benefits, they need some overall feedback to track how they are doing over time. So promote the design, compilation and tracking—by experts, officials and the public—of statistics that measure factors that contribute to or indicate the quality of their lives.

Some related patterns
9 Citizen-Stakeholder Integration 11 Collective Distributed Intelligence 35 Full Cost Accounting 42 Grounding in Fundamental Needs 49 Iteration 50 Life-Enhancing Enoughness 72 Regenerativity




21




Instituut voor Verbindende Communicatie

Stroop wafel economie gesprek met bekende kaaswinkel eigenaar uit het centrum van Gouda... (1/4)

A: *Hoi Martijn, onder het motto van eerlijke cijfers, wil ik qua kaas nog wel even met je in discussie...*

M: Graag, ik wil graag bijdragen aan meer omzet voor jou en een leefbare planeet, hoe klinkt dat?

A: *Ja maar jij doet voorkomen dat biologisch kaas stukken beter is voor onze planeet, maar dat gaat er bij mij niet in, en dat biologisch kaas veel duurder is ook niet*

M: Thx, ik kan het nog aanpassen, heb je betere cijfers ?

A: *Ja maar die berusten op de waarheid, en daar word jou verhaal niet sappiger van, wel eerlijker*

M: Ik heb liever eerlijker, kom maar op

22



Instituut voor Verbindende Communicatie

Stroop wafel economie gesprek met bekende kaaswinkel eigenaar uit het centrum van Gouda... (2/4)

A: *En als je echt bio bio boer bent met, dan moet je ook een ander ras koe nemen en die geeft 20 % minder melk, dus dat betekent dat je dan de veestapel met 20 % moet laten groeien om dezelfde kilo's kaas te krijgen, dus daar gaat het qua bio en CO 2 denk ik !!!*


A: *Ik denk dat we beter kunnen inzetten om die mest beter te krijgen*

M: Ok Dan zet ik dit erbij, mag ik je naam noemen ?

M: Nee is ook ok hoor 😊

A: *Prima*

23



Instituut voor Verbindende Communicatie

Stroop wafel economie met bekende kaaswinkel eigenaar uit het centrum van Gouda... (3/4)


M: Ik zat nog ff te denken: als die boer (en jij :=) 20% meer voor die biologische kaas kunnen vragen dan hoeven jullie voor dezelfde omzet (en marge) toch niet meer te maken/verkopen en klopt mijn verhaal toch nog een beetje ?

M: Zeker als bij biologische kaas die mest aanpak gegarandeerd is ...

M: Of merk jij dat mensen die 20% nog niet echt willen betalen ?

A: *Ja maar dan dan heb je toch nog steeds kaas nodig, mensen gaan dan toch niet 20% minder kaas eten*

24



Instituut voor Verbindende Communicatie

Stroop wafel economie gesprek met bekende kaaswinkel eigenaar uit het centrum van Gouda... (4/4)

M: Stel dat ze voor 20% minder kaas, 20% meer willen betalen aan boer en winkelier, dan zouden ze daar voor kunnen kiezen zonder iemand te benadelen ...

M: omdat ...

M: ze dan misschien extra van een kleiner stukje kwaliteitskaas genieten die ook nog goed is voor de planeet ...

M: Of is dat niet realistisch ?

A: Ik denk van niet,

25



Instituut voor Verbindende Communicatie



DANK!

Martijn Ceelen
martijn@vinetraining.nl

26