

Vorbereidend onderzoek en voorwaarden

Richtlijnen voor maatschappelijke organisaties bij deelname aan stakeholderconsultaties van bedrijven

In het due diligence proces staat de (potentiële) negatieve impact van bedrijfsactiviteiten op mens en milieu centraal. Juist daarom moet het proces gebaseerd zijn op informatie van stakeholders: mensen of groepen wier belangen geschaad kunnen worden door de onderneming.

Het betrekken van stakeholders, ook wel belanghebbenden genoemd, moet op een betekenisvolle manier gebeuren. Betekenisvolle stakeholderbetrokkenheid is cruciaal voor het realiseren van duurzame, verantwoordelijke en rechtvaardige bedrijfspraktijken. Het stelt bedrijven in staat risico's te identificeren, misstanden te voorkomen en beleid aan te passen aan de ervaringen van belanghebbenden.

Dit document biedt maatschappelijke organisaties richtlijnen om bewust en effectief deel te nemen aan stakeholderconsultaties van bedrijven en zo bij te dragen aan daadwerkelijke impact.

1. Rollen en meerwaarde maatschappelijke organisaties bij stakeholderconsultatie

Maatschappelijke organisaties hanteren uiteenlopende strategieën om bedrijven aan te zetten tot maatschappelijk verantwoord gedrag, van onderzoek en campagnes tot keurmerken, partnerschappen of kritisch aandeelhouderschap. Elke organisatie bepaalt op basis van haar rol (waakhond, facilitator, expert) óf en hoe zij met bedrijven in gesprek wil gaan. Al deze verschillende rollen zijn waardevolle bijdragen vanuit het maatschappelijk middenveld.

Afhankelijk van de rol en bijdrage van een maatschappelijke organisatie is stakeholderbetrokkenheid in een bepaalde stap in het due diligence proces meer of minder logisch. Deze diversiteit aan rollen betekent ook dat maatschappelijke organisaties korter of langer en meer of minder intensief betrokken kunnen zijn. Er zijn stakeholders die alle rollen vervullen en bij het hele proces betrokken zijn, maar anderen leveren een specifieke inbreng. Dat kan beperkt zijn tot één fase of zelfs één moment in het proces.

Iedere maatschappelijke organisatie moet voor zichzelf bepalen welke rol ze voor zichzelf zien tijdens en rondom stakeholderconsultatie. Dit is afhankelijk van de rol, strategie en positie van de organisatie.

De bijdrage van maatschappelijke organisaties varieert per stap in het due diligence-proces¹. Ze kunnen onder meer:

Risico's en schendingen signaleren waar het bedrijf direct of indirect bij betrokken is.

Achtergrondinformatie, expertise en analyses aanleveren, bijvoorbeeld op basis van sector- of regiokennis.

Helpen bij het prioriteren van risico's met behulp van internationale normen en een overkoepelend perspectief.

Oplossingsrichtingen aandragen, inclusief verwijzingen naar relevante actoren of netwerken.

Bijdragen aan de uitvoering van verbetermaatregelen, bijvoorbeeld via projecten of samenwerkingen.

Monitoren van voortgang en naleving, samen met rechthebbenden of lokale partners.

Dialoog faciliteren tussen bedrijven en lokale belanghebbenden, met aandacht voor gemarginaliseerde groepen.

Rechthebbenden bijstaan, bijvoorbeeld bij het indienen van klachten en/of het behalen van recht.

2. Overwegingen vóór deelname aan betekenisvolle stakeholderbetrokkenheid

Betekenisvolle stakeholderbetrokkenheid is, bij een goede uitvoering, een cruciaal onderdeel van due diligence, dat alle betrokkenen ten goede komt: Bedrijven zijn vollediger geïnformeerd over de omstandigheden en risico's in hun keten en nemen hierdoor betere besluiten. Belanghebbenden, met binnen deze groep speciale aandacht voor rechthebbenden, worden gehoord en kunnen invloed uitoefenen op besluitvorming die hen aangaat. Rechthebbenden zijn individuen of groepen waarvan mensenrechten of collectieve rechten rechtstreeks kunnen worden aangetast door bedrijfsactiviteiten, producten of services. Dit kunnen naast werknemers en omwonenden ook leveranciers, gezinsleden en leden van de gemeenschap zijn.

Tegelijkertijd is het een tijdrovend proces en kan het bij een slechte uitvoering ook averechts werken voor belanghebbenden. Daarom is het voor maatschappelijke organisaties die worden uitgenodigd door bedrijven om deel te nemen aan stakeholderconsultaties, of zichzelf proactief melden, van belang om voorafgaand aan een stakeholderconsultatie enkele kernvragen beantwoord te krijgen, zodat er een juiste afweging voor deelname gemaakt kan worden. De onderstaande vragen helpen om een

¹Zie het MVO Platform document [Stakeholders - de bijsluiter](#)

beter beeld te krijgen van de stakeholderconsultatie en te bepalen in hoeverre het nuttig en waardevol is om met het bedrijf in gesprek te gaan.

2.1 Wat weet je over het bedrijf?

Het is belangrijk voor maatschappelijke organisaties om goed te doorgronden met wat voor soort bedrijf ze in zee gaan. Er is veel informatie openbaar beschikbaar. Daarnaast is het zinvol om antwoorden op onderstaande vragen te zoeken.

Vragen om van te voren uit te zoeken zijn bijvoorbeeld:

- *Wat zegt het duurzaamheidsverslag van het bedrijf over hun beleid en aanpak op mensenrechten en milieu? In welke mate is betekenisvolle stakeholderconsultatie geïntegreerd in het MVO beleid en praktijk van het bedrijf? Welke kansen, risico's of belemmeringen heeft het huidige MVO beleid en praktijk van het bedrijf voor betekenisvolle stakeholderconsultatie?*
- *Staat het bedrijf vermeld in platforms zoals [Open Supply Hub](#), [Business & Human Rights Resource Centre](#), [Transparency Pledge](#) en de [Fashion Checker](#) van de Clean Clothes Campaign (CCC)?*
- *Hoe scoort het bedrijf in onafhankelijke IMVO-rankings en vergelijkende onderzoeken zoals de [World Benchmarking Alliance](#), [Corporate Human Rights Benchmark](#) of [KnowTheChain](#)?*
- *Wat zijn ervaringen van andere vakbonden en maatschappelijke organisaties met dit bedrijf?*
- *Zijn er nieuwsartikelen of rapporten waarin het bedrijf wordt genoemd in relatie tot misstanden of positieve ontwikkelingen? Is het bedrijf eerder in verband gebracht met milieu en mensenrechtenschendingen? Hoe hebben zij dit opgepakt?*

2.2 Wat is de intentie van het bedrijf met een stakeholderconsultatie?

Het is als maatschappelijke organisatie aan te bevelen om voorafgaand aan de consultatie af te tasten in hoeverre het betreffende bedrijf oprecht en intrinsiek gemotiveerd is om met stakeholders in gesprek te gaan, of dat het bedrijf meer extern gedreven is om dit te doen, bijv. om te voldoen aan wettelijke vereisten of vanuit de wens om negatieve publiciteit te vermijden.

Vragen die kunnen helpen om een inschatting te maken van de motivatie en intenties van het bedrijf:

- *Is de consultatie bedoeld voor echte verandering, of slechts een afvink-oefening? Zonder oprechte intentie om naar stakeholders te luisteren, verwordt consultatie tot een 'tick-the-box'-oefening. Dit uit zich vaak in het gebruik van onpersoonlijke tools, het betrekken van slechts vertrouwde partijen of het zoeken naar bevestiging van bestaand beleid. Zo'n aanpak ondermijnt het doel van consultatie en, wekt onterechte verwachtingen, wat kan leiden tot teleurstelling en wantrouwen.*
- *Heeft het bedrijf een duidelijke inzet om de risico's die worden besproken daadwerkelijk aan te pakken? Erkent het bedrijf de geïdentificeerde risico's, en neemt het verantwoordelijkheid?*
- *Heeft het bedrijf al eerder consultaties met maatschappelijke organisaties gehad, en wat waren de uitkomsten?*

- *Is er sprake van commitment op directieniveau en structurele interne capaciteit om vervolgcacties te implementeren?*
- *Is het bedrijf bereid vooraf inzicht te geven in inkoop-praktijken? Transparantie over inkoopprocessen, productielocaties en geïdentificeerde risico's is essentieel voor een zinvolle dialoog. Als een bedrijf deze informatie vooraf deelt, kan een gerichte en inhoudelijke uitwisseling plaatsvinden. Zonder die openheid is het voor maatschappelijke organisaties lastig om waardevol bij te dragen. Algemene risico's op landenniveau zijn immers vaak al bekend en publiek beschikbaar.*
- *Draagt de manier waarop goederen worden ingekocht en verhandeld bij aan eerlijke lonen, veilige arbeidsomstandigheden en milieubescherming in elke productiefase?*
- *Is het bedrijf bereid om in gesprek te gaan over gevoelige thema's, zoals vrijheid van vereniging/vakbondsvrijheid, leefbaar loon/inkomen, discriminatie op grond van gender, kaste, religie, etc.?*

Stakeholderconsultatie als afleidingsmanoeuvre

Het is voor maatschappelijke organisaties goed om zich bewust te zijn van de strategieën die bedrijven gebruiken om onder hun verantwoordelijkheid uit te komen. Het afleiden van stakeholders, bijvoorbeeld door onechte stakeholder consultatie, is één van die strategieën. Voortbouwend op de ervaringen van activisten, gemeenschappen en academici biedt [Mind the Gap een toolkit](#) tegen zulke strategieën met richtlijnen en links naar praktijkvoorbeelden.

2.3 Wie wordt er betrokken bij consultatie?

Een evenwichtige en representatieve stakeholderconsultatie vereist dat alle relevante belanghebbenden worden betrokken. Bedrijven die enkel in gesprek gaan met partijen die weinig kritiek leveren, kunnen belangrijke inzichten missen en risico's in hun keten onvoldoende adresseren. Van stakeholders wordt vaak een aanzienlijke tijdsinvestering gevraagd. Daarom is het essentieel om na te gaan of vakbonden, lokale gemeenschappen en andere belanghebbenden en rechthebbenden volwaardig onderdeel uitmaken van de consultatie.

Vragen die kunnen helpen om een inschatting te maken of het bedrijf de juiste stakeholders betreft:

- *Worden de juiste personen van het bedrijf, personen met invloed, betrokken bij de consultatie? Wie zitten er aan tafel?*
- *Worden de juiste stakeholders, inclusief vakbonden en grassroots organisaties, betrokken? Een stakeholderconsultatie met maatschappelijke organisaties hier in Nederland of Europa kan nooit de plaats innemen vaneen consultatie met lokale vakbonden, werkenden en omwonenden, de rechthebbenden. Zijn in de lokale ngo's en onder de rechthebbenden die geraadpleegd worden de verschillende 'types' rechthebbenden vertegenwoordigd? Denk hierbij bijvoorbeeld aan vrouwen, jongeren, kinderen, minderheden en de allerarmsten.*

- *Zijn er signalen dat het bedrijf enkel spreekt met 'gemakkelijkere' partners en cruciale belanghebbenden buitensluit?*
- *Worden werknemers en hun legitieme vertegenwoordigers direct gehoord, of worden zij slechts indirect betrokken via Ngo's en andere organisaties?*
- *Is het bedrijf zich bewust van (eventuele) krimpende maatschappelijke ruimte, en de risico's op repercussies waar werkenden en mensenrechtenverdedigers die zich uitspreken mee te maken hebben? Neemt het bedrijf maatregelen om repercussies tegen te gaan?*
- *Welke maatregelen neemt het bedrijf om deelname aan de consultatie toegankelijk en aantrekkelijk te maken voor belanghebbenden?*
- *Is het bedrijf zich bewust van de achtergrond (en mogelijk kwetsbare positie) van rechthebbenden en van andere deelnemers aan de dialoog, zoals een tolk? Bijv. vrouwen zullen in het bijzijn van mannen wellicht bepaalde onderwerpen niet willen bespreken.*

Betrokkenheid vakbonden

Idealiter is er sprake van vakbondsvrijheid en worden werkenden door vakbonden vertegenwoordigd. In dat geval moeten bedrijven met deze vakbonden in gesprek. In de realiteit is dit veelal onmogelijk, bijvoorbeeld omdat er geen recht op organisatie of vakbondsvrijheid is. Voor maatschappelijke organisaties is het dan zaak nog kritischer te kijken naar de intenties van het bedrijf en de eigen rol:

- *Waarom kiest het bedrijf ervoor om in te kopen in landen en gebieden waar vakbondsvrijheid onder druk staat?*
- *Hebben ze zich extra ingespannen om rechthebbenden te betrekken bij het due diligence-proces?*
- *Ziet het bedrijf de consultatie met jouw organisatie als een vervanging hiervoor of gaat het met 'verkeerde' stakeholders in gesprek (bijv. yellow unions, organisaties die niet per se de belangen van rechthebbenden vertegenwoordigen)?*

2.4 Wat is de inhoud, timing en de vorm van de consultatie?

Een effectieve stakeholderconsultatie moet tijdig worden ingezet in het due diligence proces, zodat de input ook daadwerkelijk kan worden meegenomen in de besluitvorming. Daarnaast moet er voldoende ruimte zijn voor terugkoppeling en opvolging, zodat de consultatie niet slechts een momentopname is, maar onderdeel wordt van een structureel verbeterproces. Transparantie over de vervolgstappen en de impact van de consultatie is hierin cruciaal.

Vragen die kunnen helpen een inschatting te maken van de inhoud, timing en structuur van de consultatie:

- *Wie bepaalt de agenda? Wat staat er op de agenda en wat ontbreekt? Kunnen maatschappelijke organisaties agendapunten aandragen?*
- *Wordt de consultatie vroegtijdig in het due diligence-proces georganiseerd, of pas aan het einde als een formaliteit?*

- *Is er sprake van een eenmalige consultatie of van een langlopend proces met terugkoppeling en opvolging?*
- *In welke vorm vindt de consultatie plaats, en hoe past deze in het bredere proces?*
- *De vorm, zoals een vragenlijst, een verkennend gesprek of thematische dialoog – zegt iets over de intentie van het bedrijf om stakeholders te betrekken. Een vragenlijst kan een nuttige eerste stap zijn, maar is op zichzelf onvoldoende om betekenisvol te kunnen zijn. Belangrijk is dat ook duidelijk is wat de vervolgstappen zijn, of en hoe er wordt teruggekoppeld, en welke invloed de input heeft op besluitvorming. De waarde van de consultatie hangt sterk af van de plek die deze inneemt in het bredere betrokkenheid proces.*
- *Deelt het bedrijf alle belangrijke informatie en documentatie vooraf met voldoende tijd om dit in te zien?*
- *Is er voldoende tijd om informatie te delen en input te verwerken? Is er voldoende tijd voor het bespreken van kritische punten en de punten die de stakeholder wil bespreken?*
- *Is de taal en vorm begrijpelijk en toegankelijk voor rechthebbenden en (lokale) maatschappelijke organisaties?*
- *Zorgt het bedrijf voor passende randvoorwaarden, zoals een veilige en vertrouwde locatie, ondersteuning waar nodig (bijvoorbeeld vertaling of begeleiding) en, indien passend, vergoeding van gemaakte kosten of een compensatie voor de inzet? Een bedrijf dat deze verantwoordelijkheid serieus neemt, laat daarmee zien dat het waarde hecht aan gelijkwaardige en respectvolle betrokkenheid.*
- *Wordt de consultatie gevoerd door het bedrijf zelf, of heeft het de interactie uitbesteed aan een derde partij, bijv. een onafhankelijk onderzoeksteam, consultant, multi-stakeholderinitiatief of duurzaamheidsinitiatief? Waarom wordt dit uitbesteed?*
- *Zijn er duidelijke afspraken over de opvolging van gemaakte afspraken en het delen van uitkomsten?*

3. Voorbereiding en voorwaarden voor betekenisvolle consultatie

Door voorbereidend onderzoek te doen en voorwaarden te stellen, kunnen maatschappelijke organisaties beter inschatten of zij deelname aan een consultatie met het bedrijf zinvol vinden en of er een basis is om op constructieve wijze bij te dragen en invloed uit te oefenen. Tevens helpt het om de kans op een goede uitvoering te vergroten en de meest voorkomende risico's te verkleinen. Uit de kernvragen uit het eerdere hoofdstuk volgen automatisch ook een aantal voorwaarden die gesteld zouden kunnen worden aan het bedrijf. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op hoe maatschappelijke organisaties hun deelname aan stakeholderbetrokkenheid effectief kunnen vormgeven en welke voorwaarden zij kunnen stellen.

Iedere maatschappelijke organisatie moet voor zichzelf bepalen wat die voorwaarden voor deelname precies zijn.

Aspecten om mee te nemen in het stellen van voorwaarden:

- **Focus op impact:** *Neem alleen deel aan initiatieven die direct of indirect gericht zijn op het realiseren van tastbare verbeteringen voor stakeholders en rechthebbenden in beleid en/of praktijk. Rechthebbenden ontbreekt het vaak aan invloed om voor hun rechten op te komen.*
- **Specifieke deelnamecriteria:** *Overweeg of je deelname aan een consultatie wil koppelen aan een specifieke voorwaarde? Bijvoorbeeld: alleen in gesprek gaan met bedrijven die bepaalde voorwaarden onderschrijven / als keteninformatie en namen van leveranciers worden gedeeld / als management aan tafel zit.*

Betrokkenheid van consultants bij stakeholderconsultatie

Het is belangrijk dat bedrijven hun verantwoordelijkheid voor stakeholderbetrokkenheid niet afschuiven op derde partijen zoals consultants of multi-stakeholderinitiatieven. Bedrijven moeten zelf zichtbaar en aanspreekbaar zijn in het proces. Consultants kunnen faciliteren, maar mogen geen afschermende laag vormen tussen het bedrijf en de stakeholders. Er zijn echter ook situaties waarin juist een onafhankelijke partij beter gepositioneerd is om contact met rechthebbenden te leggen, bijvoorbeeld bij een Human Rights Impact Assessment, waarbij anonimiteit en veiligheid vooropstaan. In dergelijke gevallen is het cruciaal dat het bedrijf actief opvolging geeft aan de bevindingen en alsnog het gesprek aangaat bij het ontwikkelen en uitvoeren van maatregelen. Binnen multi-stakeholderinitiatieven is het raadzaam afspraken te maken over hoe directe betrokkenheid van bedrijven bij betekenisvolle consultatie wordt geborgd, en hoe barrières tussen stakeholders en bedrijven worden voorkomen.

- **Heldere voorwaarden stellen:** *Maak vooraf met het bedrijf duidelijke afspraken over de opzet en het doel van de consultatie. Neem hierin mee dat deelname geen goedkeuring is. Maak vooraf duidelijke afspraken over publiciteit n.a.v. de consultatie. Laat het bedrijf eerst toestemming vragen als het iets gaat publiceren, en laat een*

disclaimer plaatsen dat deelname aan de consultatie niet impliceert dat je ook achter de conclusies staat.

- **Duidelijk communiceren:** Deel wie of wat je vertegenwoordigt, en wees duidelijk over wat jouw expertise is, en waar je wel of niet iets aan kan bijdragen.
- **Financiering:** Overweeg of deelname aan consultaties al dan niet tegen vergoeding plaatsvindt, afhankelijk van de context en benodigde middelen. Stel hierbij vooraf de vraag of de financiering van het bedrijf invloed heeft op de onafhankelijke positie van stakeholders. Een mogelijk argument voor het vragen van een vergoeding is dat de organisatie met deze financiële middelen het werk kan voortzetten. Zonder deze middelen zou deze dialoog met bedrijven en vertegenwoordiging van belanghebbenden mogelijk helemaal niet plaats kunnen vinden. Een mogelijk argument tegen het vragen van een vergoeding is het vermeende of daadwerkelijke verlies van onafhankelijkheid, belangenverstremgeling en reputatierisico's.
- **Bestaande of geplande engagement:** Overweeg hoe de deelname aan een consultatie relateert aan bestaande engagement van de organisatie met het bedrijf of de sector (zoals campagnes, publicaties, partnerschappen etc.). Is er een concreet belang voor de organisatie, en is er relevante expertise binnen de organisatie? Als dit niet het geval is, zet dan eventueel het verzoek door naar een andere organisatie of partner voor wie het wel relevant kan zijn
- **Kritische reflectie:** Evalueer continu of de betrokkenheid daadwerkelijk bijdraagt aan de gestelde doelen.
- **Bespreek het recht om anoniem te blijven:** Overweeg het behoud van anonimiteit voor onderwerpen die gevoelig liggen en het daarom lastig maken om publiekelijk te bespreken, waar je als organisatie wel inhoudelijk aan wil bijdragen.

Vroegtijdige betrokkenheid van stakeholders draagt bij aan:

Effectieve risicobeoordeling: betekenisvolle consultatie helpt bedrijven bij het herkennen en begrijpen van risico's voor mens en milieu.

Versterken van vertrouwen: transparante dialoog vergroot draagvlak en voorkomt conflicten.

Realistische actieplannen: stakeholders leveren kennis en inzichten voor haalbare en onderbouwde maatregelen.

Lerend vermogen: consultatie biedt bedrijven waardevolle feedback om beleid en praktijk te versterken.

Voor maatschappelijke organisaties in Nederland en Europa is het aan te bevelen om het gesprek te voeren met hun partnerorganisaties in productielanden om gezamenlijk een standpunt te bepalen over hoe om te gaan met verzoeken voor stakeholderconsultatie vanuit bedrijven. Willen de partners in productielanden altijd betrokken worden, of alleen onder bepaalde voorwaarden, en in hoeverre hebben zij daar ook capaciteit voor?

3.1 Voorbeeld voorwaardenlijst

Intentie en doel van het betrekken van stakeholders:

- *De consultatie is gericht op verbetering van beleid en praktijk, niet op reputatiebeheer.*
- *Het bedrijf erkent risico's en neemt verantwoordelijkheid om deze aan te pakken.*

Tijdigheid en inbedding in het bedrijfsproces

- *De consultatie van betrokkenen vindt vroeg plaats in het due diligence-proces.*
- *Stakeholderbetrokkenheid is onderdeel van een doorlopend engagementproces, inclusief opvolging, terugkoppeling en verbetermaatregelen.*
- *De gekozen vorm (enquête, dialoog, themasessies etc.) sluit aan bij de aard en diepgang van de onderwerpen.*

Agenda en inhoudelijke regie

- *De agenda is niet eenzijdig bepaald door het bedrijf, maatschappelijke organisaties kunnen zelf agendapunten aandragen.*
- *Kritische en gevoelige thema's worden niet vermeden of uitgesloten.*
- *Er is voldoende tijd beschikbaar voor verdieping en discussie van kritieke punten.*

Transparantie en het delen van informatie

- *Het bedrijf deelt alle relevante documentatie voorafgaand aan de consultatie, met voldoende tijd voor bestudering (evt. vermelding hoeveelheid werkdagen).*
- *Informatie is beschikbaar in een toegankelijke vorm en taal (incl. vertaling waar nodig).*

Representatie en inclusiviteit

- *Werknemers worden niet slechts indirect vertegenwoordigd via ngo's.*
- *Cruciale belanghebbenden, zoals vakbonden, werkenden en omwonenden, worden direct betrokken en niet uitgesloten ten gunste van 'gemakkelijke partners'.*
- *Taalgebruik, middelen en tempo zijn afgestemd op deelnemers met verschillende achtergronden.*

Veiligheid en toegankelijkheid

- *De consultatie vindt plaats in een veilige en toegankelijke omgeving (fysiek of digitaal).*
- *Er is ondersteuning waar nodig (bijv. tolk, technische hulp, begeleiding).*
- *Gemaakte kosten worden vergoed, en inzet wordt waar passend gecompenseerd.*

Opvolging en verantwoording

- *Er zijn duidelijke afspraken over: opvolging van aanbevelingen, terugkoppeling naar deelnemers en publieke rapportage (indien afgesproken)*
- *Het is helder wie verantwoordelijk is voor de uitvoering van opvolgacties.*

4. Relevante bronnen en verder lezen

Om betekenisvolle stakeholderbetrokkenheid door bedrijven te bevorderen, zijn de afgelopen jaren verschillende richtlijnen en praktische handleidingen voor bedrijven opgesteld, zoals:

- Oxfam America, [Meaningful rights holder engagement: an introduction](#) (2023)
- STITCH Partnership, [The Framework on Meaningful Stakeholder Engagement](#) (2025)
- Sociaal-Economische Raad (SER), [Meaningful stakeholder dialogue: tools, knowledge documents & training - The added value of dialogue for your company](#) en [Preconditions for starting a dialogue](#) (2024)
- OECD, [Due Diligence Guidance for Meaningful Stakeholder Engagement in the Extractive Sector](#) (2017)
- Agreement on Sustainable Garments and Textile (AGT), [Recommendations for stakeholder and civil society organisation engagement](#)

De volgende documenten bieden inzichten over stakeholderbetrokkenheid en goede voorbeelden en ervaringen uit de praktijk:

- MVO Platform, visiestuk [Betekenisvolle stakeholderbetrokkenheid bij due diligence](#)
- Arisa, visiestuk [Due diligence - stakeholderbetrokkenheid](#)