

106 年青年國際事務人才研習團 荷比團—研習單位報告

隨團老師：郭昕光 教授

領隊：劉家誠

團員：

孔德蓉 吳肇桐 李芝涵
林奕馨 邱于珊 邱雅翎
徐駿毅 陳雨彤 黃品慈
詹乃潔 蔡佳穎 蔡典芝
蔡家瑀 戴君穎 鍾秭玫

目錄

壹、 參訪單位.....	2
貳、 參訪紀錄.....	3
一、 博物館.....	3
二、 建築/空間	5
三、 志工服務	8
四、 人權/醫療援助組織.....	10
五、 市集.....	13
六、 倡議型組織	15
七、 實務.....	18
八、 共享工作空間	25
九、 政府單位/歐洲區域整合	29
十、 其他.....	31

壹、 參訪單位

一、 博物館：

Royal Museum for art and history
Musée Communal
Anne Frank Huis
Stedelijk Museum Amsterdam

二、 建築/空間：

Bruxelles Environment
Silodam
De Ceuvel
Plantage Lab Project at WOW hotel

三、 志工服務：

Service Volontaire International
Vrijwilligers Centrale Amsterdam

四、 人權/醫療援助組織：

European Network for Central Africa
CARE International
AFEW International

五、 市集：

The Maker Market
Sunday Market Amsterdam

六、 倡議型組織：

Europe Environmental Bureau
Climate Action Network
Institute of European Environmental Policy

七、 實務：

Vanmoof
Park 20|20
Space&Matter
Amsterdam Smart City
ING 集團
Instock

八、 共享工作空間：

Mundo-b
B. Amsterdam
Impact Hub Amsterdam

九、 政府單位/歐洲區域整合：

駐歐盟兼駐比利時台北代表處
European Commission

十、 其他：

The European Confederation of Independent Trade Unions

貳、參訪紀錄

一、博物館

日期：7/22	城市：布魯塞爾	研習單位： Royal Museum for art and history
簡介： Royal Museum for Art and History 是在比利時五十周年紀念公園裡的其中之一的大型博物館。擁有豐富得展品，館藏各大洲的文化遺物：美洲的印地安人、愛斯基摩人、亞洲的佛教文物、印度的婆羅門教、埃及的木乃伊典藏，另外還有大洋洲與歐洲古代與中世紀的各種文物，是座非常豐富的藝術與歷史博物館。 館內的博物館有部分來自十五世紀到十七世紀屬於勃艮第公爵的外交禮品、紀念品。在 1835 年比利時為了讓剛獨立的國家建立良好的歷史觀，因此成立了此座博物館。 社會影響力： 博物館不僅是收藏與保護文物的地方更是教育社會大眾的地方。博物館的大小與收藏的奇珍異品同時也代表著一個國家的實力。Royal Museum for art and history 對社會的影響力在於展示國家對於藝術與歷史的重視。 參訪概述： 參訪 Royal Museum for art and history 當天不管是室外的五十周年紀念公園還是室內展場都蠻清閒的，訪客不多的大型博物館讓我有幾分害怕，尤其是在展示亞洲佛教人物雕像與埃及木乃伊時，當你看到一具真實考古出土的木乃伊時，他的身高與未被腐蝕的人形，不禁會讓人發冷顫與倒抽一口氣。當歷史真實呈現在你眼前時，會吃驚於你的知識如此輕薄，木乃伊出現在西元前四十幾年的埃及文化，但如今卻還可以完整保存，意外的是人類的智慧，似乎一直以來都是如此的聰慧，只是每個時期所發展的方向不同了。 放置歐洲近代皇宮生活景象的展場像是原封不動的直接展示，時人是如何生活，有趣的是牆壁上的畫內容也是以日常生活、聚會甚至是猜測其他國家人們的生活為主題。似乎說明了當時的人們也對國外知事感到好奇與渴望接觸異國文化，像是有一幅畫便是描寫清朝人的生活。		

日期：7/23	城市：布魯塞爾	研習單位： Musée Communal
簡介： 國王之家(Musée Communal) 也稱為布魯塞爾市立博物館，其建築風格為哥德復興式。它擁有兩個名稱—Maison du roi(法文)跟 Broodhuis(荷文)。Broodhuis 與其所在地的前身有關：13 世紀時曾經是麵包市場；而 Maison du roi 就是指國王的家的意思。15 世紀改建後，則成為稅務局，現被列為聯合國世界遺產之一。比利時在 18 世紀時開始認知到需要記錄當地歷史讓後代子孫了解，因此規劃此博物館，收藏了不少當地製作的陶器及壁毯等藝術品。展間告示以法文、荷蘭文為主，有英文介紹卡輔助。另有一個展間展覽了自 18 世紀以來世界各地贈送給尿尿小童的各式服裝，數目多達 650 套或以上。 社會影響力： 在展館的一樓主要展覽內容為雕塑、畫作、壁毯、瓷器等，展示比利時產業、文化興盛與變遷；二樓介紹布魯塞爾的城市變革，三樓則以尿尿小童為主軸，介紹其本身與周遭的演變、現代文化詮釋、各國贈送的衣飾等。參觀者能對布魯塞爾的		

歷史與文化有進一步的認識。

參訪概述：

展間中對展覽品都有介紹卡提供詳細的解說資料，對一樓展間印象深刻的是一件壁毯的介紹卡將圖案的小細節都解說得相當透徹，也可以看出當時地毯、壁毯等產品為比利時重要產業。在二樓則是詳細的解釋布魯塞爾地形坡度高低起伏多，城市規劃如何順應地形，以及其變革。

比利時的人民將尿尿小童視為公民的一員，且制定了嚴格的委員會審核各國送來的衣服、一年之中換穿各國衣服的日子也事先安排好，其重要性及受歡迎的程度不可忽視。但究竟尿尿小童如何成為舉世聞名、家喻戶曉的一座雕像？甚至可以成為比利時公民意識的投射，和外交立場的代表？反觀我們是否有一項凝聚民族與公民意識、投射情感的“特產”呢？我觀察到：創造共同記憶、有故事性和不可取代的特色可能是尿尿小童如此成功的原因。

日期：8/6	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Anne Frank Huis
--------	----------	----------------------

簡介：

安妮之家(Anne Frank Huis)位於王子運河 267 門號，二戰期間，為了躲避德國納粹的屠殺，1942 年至 1944 年間，有兩個猶太家庭藏身於此，其中，猶太少女安妮・法蘭克與其一家人的故事最廣為人知，她於此處寫下著名的《安妮日記》。1944 年 8 月，躲藏於此處的兩個家庭被德軍發現並送往集中營，最後，僅有安妮的父親，奧圖・法蘭克倖存，安妮於聯合軍解放荷蘭的前兩個月，也就是在 1945 年 3 月，不幸身亡。而安妮的日記從避難所裡被搶救並保存下來，其父親開始著手整理和出版，也被翻譯成各國語言，初譯本是在 1950 年翻譯成德文，讓世人不會忘記他們曾經遭遇的慘痛遭遇。

社會影響力：

安妮之家(Anne Frank Huis)現在為一重要的歷史巡禮地，除了保留當時的建築物內部原形外，也呈現兩家猶太家庭的狹小避難空間。博物館裡播放當時戰爭影像的簡介影片，也展示安妮的日記原稿、安妮的小故事和她紀錄名言的筆記本，也設有書店，販賣各國語言的《安妮日記》，讓世人記取歷史慘痛的教訓。

參訪概述：

安妮(Annelies Marie "Anne" Frank)為二次世界大戰期間生於德國法蘭克福之猶太人，生於 1929 年 6 月 12 日，卒於 1945 年 3 月 9 日。安妮從 13 歲開始，即開始寫日記於生日時所得到的日記本禮物中，在 1942 年 6 月 12 日到 1944 年 8 月 1 日這段期間，透過安妮對生活的感觸，猶太人在二戰時受到德國納粹政府的歧視與屠殺一覽無遺。透過本次的參訪，不僅感受到歷史的殘酷，也進一步反思希特勒的崛起與一戰後的背景以及群眾的盲目。此外，相較於日本對於戰爭責任的曖昧與含糊，也對於德國於二戰後對戰爭責任所做的努力與歷史教育給予肯定。

日期：8/5	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Stedelijk Museum Amsterdam
--------	----------	---------------------------------

服務內容與目標：

阿姆斯特丹市立博物館，展現歐洲現代至當代藝術的演進，藝術家與社會文化的互動與思考。除了讓參觀者親眼見證蒙德里安等大師名作，博物館更給予當代、新興藝術家一個展示的機會，邀請不分老少的大眾走進他們的藝術世界。此外，博物館透過難民等專題策展更向人們展現，藝術並不是遙不可及、來自不食人間煙火的藝術家，而是與社會緊密交融的。

服務對象：

藝術鑑賞、語音導覽服務：阿姆斯特丹市民及來自世界各地的旅客。以及藝術展覽曝光機會，提供個人當代藝術家或專題藝術競賽組織等。

社會影響力：

培養大眾美學素養、哲學思維，兒童美學教育，倡導社會議題關注；給予當代藝術家展演曝光舞台，透過展品創作傳遞理念。

參訪概述：

在阿姆斯特丹市立博物館，我們看見現代藝術從畫作表現技法的試驗——夏卡爾對比而夢幻的畫境、蒙德里安的色彩格線以及其對後世藝術的影響；而至對於藝術本身定義的挑戰——普普藝術的平凡物品、純白無色彩的媒材表現；到由完全抽象概念出發的藝術呈現——以工業包裝素材製成的外套收縮模、以網路搜尋影音結合故事的影片創作……截然不同的風格中，讓人看見”藝術”隨著歷史演進，更加多元、更加超脫框架；更加佩服藝術家們的靈感，竟能將難以言喻的深刻情緒或概念，轉化為可見、聞、觸、感的實際作品，進而與人心產生共鳴，引發思考與行動。

印象深刻的，是荷蘭當代藝術家 Edward Krasinski 的個展。展覽中的每一幅畫作，都貫穿一條藍色橫線；這條線位於 130 公分之處（約為成人心臟的高度），它超出畫框，串聯所有作品，串聯藝術家的一生；串聯鏡中的觀展者；串聯展間、作品與空間……貫徹始終的線索，讓人對藝術家的堅持感到佩服，讓人感受到凝聚、融合為一的藝術體驗。

此外，結合社會設計思維的特展，更展示藝術家如何針對非洲等難民所需，設計適合的住屋、空間、用品（多功能嬰兒背包衣等）、平台（難民安置後的創業管道），或者透過藝術創意倡議大眾關注（如難民表情符號 **Emoji** 等）。又如整個博物館空間的無障礙設計，依據孩童或身心障礙者量身打造的友善陳列方式。從展覽到空間，都扣合著以人為本的價值，傳達著真正的平等、博愛、包容！

二、 建築/空間

日期：7/22	城市：布魯塞爾	研習單位：Bruxelles Environment
服務內容與目標： 透過考察監督與管理空氣、水、土壤、垃圾、噪音，提出環境報告，提供施政者制定環境政策時的資訊與方針，同時提升社會經濟部門及大眾的環境意識，促進他們在生活中或是更廣的層面，落實環境友善。		
服務對象： 政府部門、私部門、民眾		
社會影響力： 透過展示綠建築，為布魯塞爾市建築樹立典範，教導大眾如何在建築上節省能源消耗。 透過與企業合作，提供環境友善資訊，及特殊審查機制，幫助企業達成他們對環境的承諾。		
參訪概述： 到了 Bruxelles Environment 的綠建築，我才發現原來太陽能建築能如此有設計感，打破對原本太陽能死板的印象。在這裡，他除了有推廣拒絕廣告單，減低建築耗能的資訊外，也有許多建築耗能的檢查，像是製冷系統的塗料，管線的絕熱程度，冷卻塔的時間計數，根據實際佔用空間的新鮮空氣流量…等。其中，冷氣部分如果是 12-100kw 至少每 15 年，大於 100kw 者至少每 5 年，會請第三方來檢查，是否在結構設計或保養上，符合當局的條件。		

日期：7/30	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Silodam
服務內容與目標： 由堆疊集裝箱所構成之住宅的建築，對居住空間的多樣化需求一方面導致不同的建築類型，另一方面不同類型的居住空間被組合到小的圍合空間(包括 4—8 間同類型的住宅中)，即是涵蓋辦公、商業和公共區域。 MVRDV 的設計出發點是希望創造多種類型的住宅，將老年住戶、公司職員、藝術家和低收入家庭聚集在一起。 服務對象： Silodam 的導覽人員及居民或是藝術家等 營運模式： 承租給予住戶、商家、藝術家進駐等，同時也向外界開放，每年僅限於 500 人次參觀。 社會影響力： 在目前房價高漲的趨勢中，將人民從資本主義體系中轉換出來，憑藉合宜住宅的興起，讓勞工、受僱者等所得較低者有物美價廉的社會住宅可以承租，解決了荷蘭普遍國民買不起住宅的問題，實踐住者有其屋之理想，讓居住正義廣泛的落實。 運用整合性方式，將不同目標群體及不同收入水準之住戶提供差異性的住宅，混合是為了讓荷蘭政府能夠提供更具穩定的社會現況，荷蘭的社會住宅並不像西歐其他國家或是台灣的社區型大樓，而容易因為造價考量而興建的社區住宅容易造成特殊族群的群聚，並把住宅商品化，形成一種區域間的區隔，或是顯現階級之分，非但沒有解決人民的住宅需求，反之製造了更多的社會問題，所以荷蘭透過多角度的規劃思維與方式來介入都市住宅政策，達成社會穩定發展與永續經營。 參訪概述： 建築本是 Silodam 歷史上的糧倉，有 15 種不同空間給與一些空間給弱勢族群租用或是建築師、律師、會計師租用(購買)，但也有部分是直接購買其空間，此建築窗戶都為落地窗，來增加採光。設計師表示業主要求設計多種不同類型的集合住宅，反映荷蘭當下社會階級不同的財政狀況，此應與貝拉罕(荷蘭現代建築之父)所提倡的理念所影響，嚮往一種公共的建築，使用一個時代所能提供的材料，反映當下時代的社會現況，同時這也是啟蒙荷蘭現代社會住宅的影響之一，Silodam 也恰巧為符合未來水上建築的範例之一，但其實內部空間，不太符合永續概念，其所用的建材仍為耗能建材，且不通風，內部些許悶熱，也是因在水上，風力強，而導致不能讓窗戶全開。		

日期：8/1	城市：阿姆斯特丹	研習單位：De Ceudel
簡介： De Ceudel 位於 1980 年代後廢棄的重工業區 Buiksloterham。2000 年後，政府為平衡 Buiksloterham 與阿姆斯特丹市中心的經濟發展，開始在 Buiksloterham 規劃都市建設，卻因為 2008 年的經濟危機受阻。 政府意識到，在資金不足的現實下，最需要創意的想法來激發改變，因此在 2010 年發起創新競賽，由民眾公開競圖來決定地方發展。De Ceudel 團隊（包括負責園區規劃的 Space&Matter、負責永續策略的 Metabolic 公司、負責景觀設計的 Delva 建築事務所）克服諸多環境限制，取得在此建設十年的機會；於 2013 年開始興建；2014 年正式對外開放。		

服務對象與內容：

- a. 創意工作者：
目前共有 14 個船屋供其使用，包含餐飲業者、藝術家、設計師等；他們能夠以低廉的價錢取得空間，在此發展自己的創新事業。
- b. 鄰近居民：
協助當地居民採取創新計畫。
- c. 對循環經濟有興趣的組織：
作為知識交流場域，園區有清楚的標示與預約導覽活動，讓世界各地有興趣的組織或個人能夠前來取經。

社會影響力：

由下而上的 De Ceudel 有相當代表性的地位，它是新市鎮 Buiksloterham 的實驗場域，由 Metabolic 永續策略公司串起連結。在這裡實驗的小計畫，即便看似傳統，卻幾乎都是未來融合高科技、擴大影響力的基礎。

此外，在 De Ceudel 進駐的幾乎都是高知識的年輕創意工作者，相對於鄰近社區，許多居民由於無法因應產業升級，仍處於失業狀態。De Ceudel 青年近期著手解決這些問題，希望協助鄰近居民學習新技能，並且讓 De Ceudel 更融入周遭社區。

De Ceudel 的成功案例也帶起 Buiksloterham 許多小型實驗計畫，當地的 20 多個群體凝聚共識在 2015 年簽訂「循環的 Buiksloterham」宣言，承諾自己願意為 Buiksloterham 的再生貢獻一己之力。

參訪概述：

在 De Ceudel 拍攝兩年紀錄片的 Simone Eleveld 帶我們導覽整個園區，介紹園區的歷史發展、循環設施、人民互動、未來可能性等各個層面。我們在參訪的最後於 Café de Ceudel 享用午餐，咖啡廳的食材來自於 De Ceudel 的溫室，種植食材的肥料則是當地廢棄物轉換成的氮磷，是 De Ceudel 循環設施的範例之一。

這次的參訪中，我學習到兩種可貴的精神：政府的彈性與人民對失敗的開放態度。阿姆斯特丹政府並非一開始就擁有永續思維，而是在逆境時，保有足夠的彈性去擁抱新想法，讓人民有機會參與都市發展，由外界注入能量。人民（創新工作者）心中有對未來的想像，並從小規模的試驗中，保持從錯誤中學習（try and error）的實驗精神，勇於接受失敗，從中發現未來能規模化的契機。總歸來說，我覺得他們踏實體現了“Think Big, Start Small, Move Fast”的創新精神。

日期：8/3	城市：阿姆斯特丹	研習單位： Plantage Lab Project at WOW hotel
--------	----------	---

成立與簡史：

回溯阿姆斯特丹的城市演進：最初從貿易港口為中心，隨著 Ring roads 擴張，進行都市計畫，建設學校住宅等等。隨著戰後社會變遷，有些社區漸漸沒落、空間閒置、來自土耳其、摩洛哥建築工人為主的移民、或非法居民流入，衍生貧窮、犯罪等社會問題。如今，這些區域透過 ASC 智慧城市平台的種種創新專案，將老舊空間賦予新生命；Plantage Lab 與 Wow hotel 合作的城市綠化永續計畫，即是其中之一例。

服務內容與目標：

起 Plantage Lab 的 Green Concepts，以創辦人 Eric 的豐富商管經營經驗以及對於推動自然生機的熱情，合作執行經濟、社會、環境永續的專案；並提供策略顧問服務，傳授知識與經驗，期盼讓荷蘭、讓世界透過一點一滴地改變，更加永續，更

加美好！

營運模式：

以往是科技專科學校的建築，如今改造成創新空間；以交叉補助模式，由三、四樓青年旅館的收益，補貼一、二樓藝術家的進駐、活動辦理、及庭園維護等成本；加上志工投入，使模式永續經營。

社會影響力：

活化都市老舊區域，注入藝術家創新產業活力，以及都市綠化生態生機，進而扭轉此社區低就業率、低收入、移民人口複雜等問題。

參訪概述：

參訪中，我們看見 Plantage Lab 如何透過設置實驗性的溫室、庭園、農園、到城市養蜂、智慧雨水儲存調節、透水藝術人行磚等等，突破水泥叢林，展現創新城市蓬勃生機。此外，整座建築從花園到小屋頂，都包含許多吸收雨水的設計。其中的人行道為結合藝術設計與防雨的創意結合實踐；晴天時是美麗有設計感的人行道，下雨時，雨水將向下滲透，為土壤所吸收而達到自然排水效果。Eric 提到，整個花園中他最喜歡的便是養蜂箱，因為蜜蜂扮演著花粉間的傳遞橋梁，也是讓花園生機蓬勃的重要因素。

計畫主持人 Eric 藉此案例向我們說明，城市社區改造，不只市政府從上而下的計畫，更也來自公民由下而上、主動發起的提案。阿姆斯特丹市對於此類「創業家精神」的重視與支持，實踐在兩大方面：創新資金，不是一次對大專案投資，而是分為許多小部分，讓更多小規模專案皆有實驗機會；土地空間，透過低地租方式，以政府擁有的許多公有土地提供創新團隊活化使用。

三、 志工服務

日期：7/28	城市：布魯塞爾	研習單位：Service Volontaire International
服務內容與目標： SVI 是個非營利、非宗教、正政治性質所組成的組織。不分國籍、種族、宗教的開放給所有青年，而其主要的活動不局限於國際工作營，更有文化交流活動及經濟、環境等領域的活動。		
服務對象： 全球青年		
營運模式： SVI 每年分派 300 多名志工到國外，並接待一些到達比利時工作的志工，希望能讓 18 到 30 歲的年輕人有更强的國際團結意識。 例如：協助智能障礙人士進行康復訓練項目、越南志工服務等... 項目持續時間： - a.短期：從十天到三週，來自各行各業的志願者在一個特定項目與當地的夥伴合作，有固定日期。 - b.中長期：在項目框架內，需要更多的自主權，讓志願者更深入該協會的生活。一般來說，項目開始日期沒有固定。		
社會影響力： 透過與世界各夥伴的聯盟，將機構及志工的需求相互配對，替雙方尋找最適合合作的對象。		
參訪概述： Service Volontaire International（簡稱 SVI）是在 2009 年 8 月在比利時所創立，並在世界各地 70 多個國家的擁有合作伙伴。起初，SVI 只是一個一人團隊，		

透過志工的協助才有辦法繼續營運，直到 2 年前 Nicolas 的加入後，團隊才漸漸茁壯，也越加穩定。SVI 是一個志工訊息的平台，提供國外志工到比利時，或者國際志工到世界各地的機會及媒介。SVI 提供的志工服務非常多元，有長期的及短期的，各種類型的志工服務也都有，例如藝術類、建築類、歷史類、動物保育類等。

當天，由 SVI 的 Nicolas 向我們介紹及帶我們參觀辦公室。SVI 的目標之一在於去除「志工商業化」，任何的志工服務並不是銷售的標的。SVI 透過各計畫的國家的發展程度，以及各志工的食宿所需來計算各計畫所需要支付的費用，而非以營利為目的的去收費。

在參訪當中，我們也討論到了國際及國內志工服務的差別。Nicolas 向我們說，每個國家都有需要被幫助的人，即便是在發展很好的比利時。不論如何，只要能對一個人帶來好的影響，就是值得的。而擔任志工也不一定是一個面向的服務，旅遊、認識異文化也都可以同時兼具的。

而他也跟我們提示一個觀念，擔任志工並不是去 save（拯救）他人，也不是去 work（工作）的。Save 是一種上對下，擁有優越地位的向下進行的，但是擔任志工是以平等的方式去「get involved（參與）」，而 work 則是帶有著去當地取代他人工作的意味。我認為這是非常重要的，不能以自我優越的心理，將自己的愛心施捨給對方。

我們在 SVI 中除了對 SVI 有更深的認識外，也參觀了由舊學校改建而成的辦公室。在當中，各個教室保留了原先的設計，卻也注入了 SVI 的靈魂。我們也學習了很多關於志工交換的資訊，或許有待一日我們當中之一也會參與由 SVI 設計的志工計畫！

日期：8/4	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Vrijwilligers Centrale Amsterdam
服務內容與目標： Vrijwilligers centrale Amsterdam (簡稱 VCA) 主要服務項目有：志工與服務單位的媒合、提供建議、倡導志工活動、提供相關資訊、訓練以及工作坊等。		
服務對象： 熱愛幫助他人的人、需要被幫助的人，例如難民、外來移民、孩童，以及需要徵求志工的組織。		
營運模式： VCA 招募志工主要有兩個管道：第一是由 VCA 親自面試，為了使撮合更加順利，VCA 員工在面試這方面也都是受過訓練的；另一個則是在透過他們架設的網站 - Vrijwilligersnetwerk，想要應徵志工的人可以免費註冊帳戶。 然而要使用 VCA 服務的單位必須是非營利且有志工服務需求的組織，而且費率依據該組織的規模大小而不同，協助相關組織制式化他們的工作項目，以便志工能更加瞭解他們的服務內容，然而 VCA 並不參與工作內容的協定。		
社會影響力： 讓公益組織能夠募集到足夠且合適的人力，以及提供相關的建議與協助，使得他們有更完善的組織架構，以順利達到他們的成立目標，透過不斷推廣志工服務將有助於建立一個更和諧的社會。		
參訪概述： 今天下午參訪 Vrijwilligers Centrale Amsterdam (簡稱 VCA)，成立至今已超過 25 年，主要服務項目有志工與服務單位的媒合、提供建議、倡導志工活動、提供相關資訊、訓練以及工作坊等，成立宗旨在幫助各行各業的人都能成為對社會有幫助的人以建立一個更強大的公民社會；接待我們的是已在 VCA 服務數年的 Melita		

Bacic 女士，她提及阿姆斯特丹對於志工算是相當流行的，39%市民都參與過志工活動，然後以在 VCA 的註冊用戶來說，有 32%的人並沒有荷蘭文化背景、61%都是女性、60%的人擁有大學學歷以上，還舉例說有些外國人一到阿姆斯特丹就想開始尋找志工，令人感到不可思議。

除了 VCA 外，在荷蘭其實還有許多其他的志工媒合平台，希望需要幫助的人能獲得協助，不需要幫助的人也可以有發揮的平台，讓我深深體會到在這裡的人們都有著想貢獻一己之力的心，而這背後的原因我認為是非常值得去探究的，因為許多事情單靠政府去執行其實往往都還是不夠的；反之，一但大家都是志工，照護自然就會更全面，使得人們都能獲得安頓，進而使社會更加和諧、繁榮。

四、 人權/醫療援助組織

日期：7/26	城市：布魯塞爾	研習單位： European Network for Central Africa
服務內容與目標： 透過中非地方自治組織的連結，提供資金、資訊上的協助，以及對中非地區狀況了解的專家，尋找有效的倡議方法及救助策略，希望達成永續發展目標的 16 和平與正義、1 無貧窮、2 無飢餓、5 性別平等，並向歐盟以報告方式提倡，但以併干預該國法律為限行動。 透過議題了解，再尋找相關對象以了解立場，進行：策略分析、會議研討、私人單位的資訊提供、草擬解決、了解因素。 服務對象： 五大湖地區國家的地方組織、民眾、政府，包含： a. 盧旺達 b. 蒲隆地 c. 剛果民主共和國 營運模式： a. 組織架構：由一位於比利時的秘書處，一個董事會，極多個 NGO 組織所構成，並設立諮詢議會，構成人士為：對中非區域問題有深度了解的專家。 b. 資金來源：會員會費、歐盟、基金會(包含：Humanity United、National Endowment Democracy) 社會影響力： 由於 1. 中非地區戰亂頻繁、2. 多國處於一黨獨大或是政治腐敗的狀況，以及 3. 自然資源濫採的處境，European Network for Central 主要透過與中非個地方組織的合作，以資訊交流、金援、遊說歐盟的方式，以影響中非國家、五大湖地區國家的社會狀況，其中包括： a. 和平：透過地方組織預防計畫、安保部門改革、人民保護措施倡議，以改善人民長時間暴露於高危險的生活狀況。 b. 民主：以倡議方式(例如：發傳單)，以強化人權上的法律保護、防止政治腐敗貪污等現象。例如：剛果民主共和國總統事件 c. 永續資源：使資源資訊公開透明化，以永續管理，減少剝削發生，例如：非洲血鑽石、非人道採礦事件 參訪概述： 參訪 European Network for Central Africa(EurAC)時，由主要核心團隊的兩位創辦人以及一位實習生以講解 EurAC 的營運模式與理念，組織形成目標為改善中非地區社會問題，並且致力發展永續目標 1 無貧窮(No Poverty)、2 無飢餓(Zero		

Hunger)、5 性別平等(Gender Equality)、16 和平與正義(Peace, Justice, and Strong Institution)，並透過與中非地區的組織、中非地區專家以合作達成目標。

他們認為，由於歐洲與中非地區以往有強大的被殖民與殖民關係，因此中非當今的社會狀況與歐洲息息相關，歐盟企業於中非當今的貿易關係、歐盟相關法令政策、政治狀況、歐洲自中非移民，而比利時又以盧旺達、蒲隆地、剛果民主共和國最有相關。以血鑽石議題、外銷至歐洲的手機的礦物議題來說，他們皆關係著非洲的勞動環境，除了提高社會大眾對於消費該類產品時的產生的意識之外，也希望能夠遊說歐盟制定相關法規以限制產品的來源，並結合社會力量影響非洲的勞工剝削狀況。

他們以不干涉該國政策以及法律的限制行動，以剛果民主共和國的總統事件為實際案例來說，由於總統任期在該地法律來說已於任期屆滿，但卻不願輪替，仍持續握有權位，因此 EurAC 以及其他相關組織遊說歐盟以外交施壓與制裁的方式，以確保該名剛果總統能遵守該國法律。

除此之外，EurAC 在小心確保不干涉該國政治的條件下，在篩選中非地區的合作對象時也會有所謹慎。

而非洲社會局勢不穩的狀況可能會隨時爆發問題，EurAC 他們會在有限當中做出決策，以衡量每個事件的處理優先順序，他們也承認由於議題主要關切非洲地區，在有限的資金、人員下，不得不做選擇，放棄一些衡量下較為不重要的事件。

日期：7/28	城市：布魯塞爾	研習單位：CARE International
服務內容與目標： CARE 的主要目標是拯救生命、幫助貧窮以及維護社會正義		
服務對象： 第三世界的婦女、青少年、愛滋病患等，主要是貧窮及弱勢的人		
營運模式： CARE 的工作區分成長期及短期行動。就長期行動而言，他們關注的是未來的發展，因此，CARE 致力於政策面的改善，向歐盟倡議，並隨時督促歐盟進行 SDGs 的政策及目標，例如歐盟的農業政策不能全然的只關心內部發展，將較低價的農產品出口到無法與其競爭的 Global South 國家（南半球國家），造成該些國家當地農產無法與其競爭。就短期行動而言，CARE 則進行一些人道救援活動，例如葉門內戰造成當地乾淨水源的缺乏等等。		
社會影響力： 透過 CARE 及其會員的聯盟，向政府及歐盟倡議政策，透過自己的規模，去影響政府的決策		
參訪概述： 上午的 CARE 由 Funding 團隊的 Martin 像我們介紹 CARE。CARE 是在二次戰後，為了援助戰區的居民所組成，而在 1980 年代後，他們也更關注女性權益以及貧窮的議題。CARE 目前共有 14 個會員，遍布於不同地區，包含美、歐、亞、非、澳洲。除了在會員國內進行活動外，CARE 也在各地有活動，例如人道救援或向政府倡議行動等。 在一些發展中國家，女性的社會低落，是因為女性沒有謀生能力，丈夫出外賺錢，而女性只能待在家養兒育女。也因為沒有經濟能力，女性在家中沒有影響力。因此，在女性增權政策上，CARE 提供教學，培養女性的謀生能力。藉由有了經濟能力後，女性在家庭的社會地位隨著經濟地位一併提升。 透過 CARE 的力量去影響政府及歐盟，最重要的原因在於弱勢的地方 NGO 或		

人民，他們的聲音沒辦法被聽見。CARE 利用自己及會員的聯盟，產生影響力，藉此向政府及歐盟傳遞訊息，要求其重視這些問題。

CARE 是一個上從政策倡議，下至落實的國際組織。這樣一套有完整系統的組織，在政策是較容易去落實的，而不會落入倡議時呼聲很高，卻無法完整落實的情況。我們團隊也和 Martin 進行了許多的討論，我們雙方都對彼此有了更多的認識！

日期：8/4	城市：阿姆斯特丹	研習單位：AFEW International
服務內容與目標： AFEW International 是一個國際性的民間組織，其旨為改善公眾健康，主要聚焦在東歐與中亞地區(Eastern Europe and Central Asia; EECA)，在疾病方面關注於愛滋病(HIV)、肺結核(TB)、肝炎(hepatitis)、性與生殖健康和權利(sexual and reproductive health and rights; SRHS)，力求促進公眾健康與增加預防、治療的管道。 服務對象： 東歐與中亞地區的愛滋病、肺結核、肝炎，以及缺乏性與生殖健康的患者。 營運模式： a. 目前在東歐與中亞的據點：哈薩克(Kazakhstan)、喬治亞(Georgia)俄羅斯(Russia)、塔吉克(Tajikistan)、烏克蘭(Ukraine)、吉爾吉斯共和國(Kyrgyzstan)。 b. 目前部分計畫： • 客戶管理(Client management) 患有愛滋病毒感染風險的個體經常需要多種同時進行的醫療服務，並來自多個醫療服務的提供者。客戶管理是個人，客戶經理和當地醫療服務提供者之間的合作過程，客戶經理幫助個人評估他們的具體需求，並制定解決這些需求最有效的策略，幫助患者管理自身各式複雜的醫療服務。 • E-learning 對東歐與中亞地區從事提供愛滋病患醫療或社會服務的人員、NGO 組織，提供 HIV 相關的培訓，並以線上教學為主，節省成本與時間。 • HIV 諮詢(HIV Counselling) 提供 HIV 相關醫療諮詢給個人或醫療團體，包含：愛滋病檢測前後檢查，降低風險，危機諮詢，藥物治療諮詢、抗反轉錄病毒治療依從性(anti-retroviral treatment adherence)以及團體輔導技能。此外，AFEW 也專注於提供培訓、為專家和客戶開發訊息資源、建立當地培訓團隊，並建立區域培訓資源中心來支持醫療服務的提供者，以確保他們的技能和知識能保持最新。 • 大眾媒體宣傳(Mass Media Campaigns) 透過電視、廣告、戶外廣告和大規模的訊息資料發放，提高民眾對 HIV 的認識，並減少對 HIV 患者的污名和歧視，並使人們反思自己的個人習慣，並鼓勵更安全與更健康的的生活方式。 • 重要族群(Key populations) 此計畫主要針對注射毒品的人 (PWID)，性工作者 (SW)，與男男性行為者 (MSM) 和無家可歸的青年 (街頭兒童)，向當地合作夥伴提供技術和物質援助，以開發新的服務或擴大服務，如減少傷害、輟學中心、社區醫療服務、同伴輔導和教育。 • 監獄(prisons) AFEW 與司法部、監獄衛生專家、監獄管理部門、醫療和非醫務人員、		

以及當地非政府組織合作，改善監獄對愛滋病患者的措施，包含預防、治療、護理等等。

c. 資金來源：主要來自於募款與政府補助。

社會影響力：

AFEW International 不僅改善東歐與中亞地區患者的健康，也讓此地區的人民能降低感染愛滋病、肺結核、肝炎等相關疾病的風險，並阻止愛滋病、肺結核、肝炎等病情繼續在東歐與中亞地區快速擴散。

參訪概述：

本次的參訪由 AFEW International 的執行長 Anke Van Dam 女士與我們分享。執行長透過問答的方式與我們討論 NGO 的角色、NGO 的合作方式、NGO 如何進行倡議、NGO 如何督促政府，以及 NGO 要如何達到永續發展。

執行長分享，NGO 必須與當地 NGO、區域 NGO 以及國際 NGO 或是國際組織合作，以取得必要資源，在這過程中，如何調整內部的策略相當重要。而執行長的分享也反應在 AFEW International 未來策略目標，AFEW

International 未來 2017 至 2019 年的策略目標包含以下三點：一、使更多病患能接受沒有歧視及汙名的健康服務。二、動員與支持社會團體與 NGOs 改善重要族群，特別是患有愛滋病、肺結核、肝炎，以及缺乏性與生殖健康的患者。三、確保組織 AFEW International 是穩健且永續發展，並加強與國際組織及社群的連結。

AFEW International 致力於 SDG 第三項－健康與福祉，透過本次的參訪，我們除了對 AFEW International 有更深認識外，對於 NGO 的運作方式也有了初步的了解與反思。

五、 市集

日期：7/30	城市：阿姆斯特丹	研習單位：The Maker Market
服務內容與目標：		
阿姆斯特丹「在地好物週末市集」(Local Goods Weekend Market)，現在改名為「創客生活市集」(The Maker Market)，在阿姆斯特丹西區的 De Hallen 文創園區舉辦，是阿姆斯特丹的創意工作者與設計潮人不可不知的市集活動。除了文青復古風的 Filmhallen 獨立電影院、Foodhallen 美食街以及設計旅店 Hotel De Hallen，還有最新打卡熱點 Kanarie Club 餐廳，平日去也有 The Maker Store 概念商品店與特色店家可以逛，要是逛累了，可到園區內的異國創意美食空間 (Foodhallen) 休息，日式創意手捲、印度美食、義大利麵、越南小吃和西班牙 Tapas 等豐富餐點種類任你選擇。除此之外，與文化創意息息相關的單位像是圖書館、電視製作公司、手工藝中心、藝廊和特色商店等，也在此進駐。建築另一端的 De Hallen 設計旅館則是很多國際時尚及設計雜誌喜愛介紹的室內設計空間非常推薦文青設計迷將此納入行程。		
服務對象：		
社會大眾、創意工作者與設計潮人。		
營運模式：		
The Maker Market 在每個月最後的周末舉辦，就像之前的在地好物周末市集標榜 Made in Amsterdam，The Maker Store 集結了很多阿姆斯特丹的獨立設計品牌，就像是一個設計概念店，販售很多關於阿姆斯特丹特色商品、生活用品、食品、服裝、包包、與二手家具。如果你來阿姆斯特丹玩的時候剛好沒有市集舉辦，很推薦來此選購禮品或紀念品。喜歡設計師二手潮衣的朋友，這個場地每個月也舉辦「二手潮衣市集 (De Kloffie Markt)」，價位從 10 歐至 200 歐都有。		

日期：8/6	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Sunday Market Amsterdam
簡介： 阿姆斯特丹西邊的文化公園（Culture Park Westergasfabriek），造訪每月一度的週日市集。攤位販售著玲瑯滿目的亞非異國文化、個性藝術創作商品、復古家具、時尚衣物配件、有機食品，和美食餐車、手工蛋糕、創意小食等。週邊除有文創商店和餐廳進駐，更有怡人的公園綠地。 成立與簡史： 荷蘭雖不比台灣夜市遍處，卻也不少各種名目的白天市集可以逛。之所以有這麼多市集，多少跟荷蘭的民族性有關，荷蘭人一向講求務實，樂天知命，溝通直來直往，於是「市集」便成為大家最喜歡的買賣場所之一。「週日市集 Sunday Market」位於阿姆斯特丹西區 Westergasfabriek，是 19 世紀建造的煤氣供應廠，於 2003 年重新規劃成為文創園區。 營運模式： 許多電視台，廣告公司，餐廳，個人工作室 2003 起陸續進駐到改造過的舊廠房裡。而 Sunday Market 則是利用星期日大家休息時，把露天廣場變成新銳設計師，藝術家和創意人展現作品的平台。 社會影響力： 阿姆斯特丹市民、旅人等，在這邊可以找到獨一無二的商品，並且與原創者對談同時，直接了解設計概念和故事；這是在一般商店遇不到的有趣購物經驗。透過商品，讓生產者與消費者（大眾與遊客）直接互動，推廣藝術文化、在地生活特色氛圍。除了讓人們周末有了探索新奇好物的體驗；進入門檻較低的攤位型態，也給予個人創作者、手工藝品、自製食品者、新創或公益組織等，一個初步市場驗證的舞台；或許，也是城市促進創新，鼓勵將點子化為實踐的力量之一。 參訪概述： 愜意的遊走假日市集，尋寶的驚喜旅程中，令人印象深刻的攤位之一，是 All Animals 動物協會的義賣角落。不同於台灣非營利組織商品，往往以公益為訴求，較不注重產品特色；All Animals 所販售的編織手環、皮包、畫作等，以動物為主題，富有設計感的設計，讓商品本身即便屏除義賣訴求，在眾多攤位中仍十分具有吸引力。公益商品，不當只是靠博取愛心行銷；產品本身應符合消費者需求，具有一定市場競爭力。由此一來，協助組織發展的商業模式，才更能永續。All Animals 兼顧公益與商業的產品模式，值得非營利組織與社會企業借鏡！ 然而，若從永續發展的角度，其實 Sunday Market 與台灣的文創市集大同小異，整體而言，商業氣息仍十分濃厚；或許，假日市集反而（如同資本主以下的消費社會般）促進人們額外消費、過度生產、喜新厭舊的額外丟棄，而不見得符合永續發展所強調的循環經濟等理念。 少數關於永續的新奇觀察，是在品嚐義大利餐車傳統料理 Lasagna Di Riso Piemontese（皮埃蒙特起司千層米蛋糕）時。半透明的褐色斑駁餐叉，背後印著「BIOTREM」字樣，網路搜尋下才驚喜發現，此免洗餐具並非來自塑膠，而由米糠經高壓特殊技術製成製成、100%生物可分解！或許，這是從提供塑膠餐具，到完全由顧客自備環保餐具的目標之間，漸進轉型的方案。在台灣，也曾聽說稻殼筷、葉食器等創新餐具，然而似乎因成本高，仍未能於小吃攤、夜市等普及推廣。因此，令人好奇地推想，來自義大利的熱情店主夫婦，是如何決定採用此款餐具的？或許，在制度鼓勵下、加上客戶支持，使用可分解餐具，反而是對攤商而言最值得的採購選項；如同在荷蘭高車價、油價、有利單車的交通道路設計下，讓腳踏		

車成為最吸引市民的交通選擇。

與夥伴們的歡笑談論中，此次荷蘭、比利時研習參訪，即將進入尾聲。期待，我們將滿滿收穫帶回台灣，成為推動社會走向永續的力量；藉著由上而下的制度鼓勵、及由下而上的公民倡議，再不遠的未來，讓永續發展理念在台灣，不再需特別強調，而成為自然而然的，生活型態的一部分！

六、 倡議型組織

日期：7/24	城市：布魯塞爾	研習單位：Europe Environmental Bureau
服務內容與目標： 針對歐洲最重要的環境議題，如：氣候變遷，循環經濟，空氣、水、土壤汙染…等，進行重要性排序，監督，建議，及影響歐盟來解決這些問題。 a. 與來自歐洲各國的環保主義者及專家有密切合作，資訊與技術交流 b. 分析歐洲情勢，教導會員如何在各國倡議推廣環境政策 c. 提供平台給會員，提升會員活動的可見度		
服務對象： 任何環境保護組織皆可報名參加，對象為歐洲各國政府，歐盟…等		
營運模式： a.組成架構: 會員有分成四種，一般會員，組織會員，分會會員，及特別榮譽會員。前三者都是由組織構成，最後一個是特別嘉獎對環境保護有傑出貢獻的個人。只有全會員有正式決策權，其餘三者則是享受組織的利益。 b.資金來源: 有來自會員費，歐盟，跨國政府，及不同基金會的捐款		
社會影響力： a. 循環經濟部分鼓吹歐洲議會達成協議，於 2030 年達成以下目標： 1) 80%的包裝回收率 2) 垃圾掩埋率小於 5% 3) 市政府的垃圾回收率達 70% b. 鼓吹各國制定空汙協定，及監督各國執行狀況 c. 在歐盟生產政策上，透過 Coolproducts 和 Make Resources Count 的宣傳活動，確保歐盟在制定 Green Public Procurement (GPP) 等減少生產時廢棄物的政策上，具有一定的野心		
參訪概述： Europe Environmental Bureau 是一個透過宣傳倡議，監督歐盟在環境政策，是否有效落實永續理念的 NGO 網絡。他們的工作領域有包含到自然農業，工業衛生，和永續政府…等六大方面，其中循環經濟是他們一個重點項目，他們利用 Cool product 和 Make Resources count 等宣傳活動，讓 EU 能在生產與消費政策上更有影響力。 另外在政策執行面上，讓我印象比較深刻是，因為網絡很大，他們有時會透過會員組織，進行系統化的調查，去審查政府是否有效執行設定的目標。問及如何確保調查所得的資訊是否正確時，他給了我們一個很特別的答案，那就是「信任」。當一個 NGOs 組織要獲得外界認可時，他必須仔細確認自己所提供的資訊非作假，不然錯誤最後一定會被揭發，而組織的公信力自然會衰退。然而，我覺得靠自由心證可能還是會有疏漏，所以透過多方檢查的方式可能會比較有公信力。 最後，我們討論說一個組織成功的關鍵因素，除了要有人脈，資金，專業能力，最根本的是要了解自己在做什麼，唯有在每一個會員心中貫徹核心的價值，才能對內用心地做好每一份工作，對外傳播自己的想法，獲得更廣泛的人脈，更穩定		

資金，使整個組織更加精進。

日期：7/25	城市：布魯塞爾	研習單位：Climate Action Network
服務內容與目標： 關注歐洲主要的環境議題，包含：氣候變遷、能源危機、碳排放量，並透過資訊調查以及與民眾協商、遊說，進而建議歐盟建立相關法規與限制，組織地方與地方之間的資訊交流。 a.歐洲各大環境組織，以連結各單位的強項已進行調查、分析、遊說 b.以中立角色進行協調，透過電子信、網路平台、網路研討會提供資訊 c.依據各地方單位處境，以研擬各國得以共識的解決草案 服務對象： 政府部門、私人單位、民眾 營運模式： a.組織架構： 由歐洲各大環境組織結為會員，強化地方與地方單位連結，使環境議題由歐盟層面，進至地方層面，再到各單位的願景與專業區分。 b.資金來源： 會員會費、歐盟、基金會捐款、其他 社會影響力： 主要致力於環境議題上的倡議，並透過各大組織、民眾的聲音以影響歐盟在決策上的相關立法，並以中立的角色研擬各國相關議題，包括： a.氣候與能源目標 b.歐盟碳排放量交易計畫 c.共享決策 d.陸基碳排放量 e.氣候金融以及永續發展 f.聯合國氣候談判 (UNFCCC) g.東歐與土耳其問題 參訪概述： 在與 Climate Action Network(CAN)與會時，透過講者 Mathias，可以了解到 CAN 不僅是組織各國與各國單位之間的力量與聲音，進而影響歐盟決策之外，更重要的是它是站在一個中立的角色，透過嚴格的數據研究分析、各國不同狀況，以表達最核心、可行性高的目標。 執行方面，主要 CAN 為倡議、遊說歐盟立法為主，而非以抗議或遊行等方式進行，因為 CAN 如同我們在比利時參訪的相關網路組織，同樣認為透過歐盟的立法，能更促進最終目標的達成，也更具有強制效力。此外，歐盟的內部效益與誘因極大，Mathias 表示由於在東歐與土耳其的火力發電問題造成許多嚴重的空汙問題，如果能透過歐盟制定相關法規而改善，東歐與土耳其會因為預想加入歐盟如此龐大內部市場利益的誘因，進而同意以另想其他能源替代方案。 以財務方面，由於他們的資金來源主要是透過：歐盟以及龐大的會員繳交的會費，即使遇到經濟不景氣或是金融危機時，組織仍有足夠的資金以支持計畫、行動、營運，因此並不是個相當大的問題。 網絡連結的會員數如此龐大，而 CAN 的 Mathias 認為，他們仰賴經驗了解各會員的不同文化差異以構成合作成功的主要關鍵，漸漸地構成和諧的合作夥伴關		

係，但同時也會遇到有些會員因市場以理念的考量，並不同意 CAN 主要立場的狀況。但他們認為那是少數，而最大的問題在於各會員的具體工作並不明確，為了解決這個問題，他們透過地方性的支援、監督，以讓各組織會員了解當今的首要問題，並分領域以達成目標。

除了構成歐洲各國與各國之間的連結，CAN 認為與其他正在崛起的中國組織交流極為重要，因此 CAN 歐洲分部與中國的會員組織每年將有約 4 至 8 周的組織營運方式交流。

這次的參訪，透過與 Mathias 的會談讓我們更了解一個網絡性的組織在：財務面、會員合作、倡議目標是如何營運，且組織與組織連結的重要性可以足夠影響歐盟的決策。

日期：7/25	城市：布魯塞爾	研習單位： Institute of European Environmental Policy
服務內容與目標： Institute of European Environmental Policy (IEEP)的團隊成員由經濟學家、自然科學家以及律師組成，合作並進行實證研究和給予合作對象政策制定之建議。主要目標為致力於促進歐盟及國際上具影響力的永續政策的發展。		
服務對象： 歐盟機構、國際組織、學術機構、民間團體與企業		
營運模式： 團隊成員由經濟學家、自然科學家以及律師組成，工作內容橫跨九個研究領域，並成立個別的” Programme”，涵蓋了短期的政策議題和長期的策略研究。 主要工作— a. Policy advice： 成立針對九個領域的 Programme— *農業與土地規劃 Agriculture & Land Management *氣候變遷與能源 Climate Change & Energy *綠色經濟 Green Economy *工業污染與化學物 Industrial Pollution & Chemicals *水資源、海洋與漁業 Water, Marine & Fisheries *自然資源與廢棄物 Natural resources & Fisheries *生物多樣性 Biodiversity *全球性挑戰與解決方案 Global Challenges & Solutions *環境統轄 Environmental Governance 提供專業的政策建議，並督促永續政策的實行。 b. Capacity building：協助組織發展與貫徹永續政策，並為國家或國際機構、環境 NGO 以及企業提供工作坊與客製化訓練。 c. 召開利益關係組織之圓桌會議與研討會。		
社會影響力： 監督歐盟制定的政策與目標；幫助合作的組織找出共同理念；關注歐盟與其他國家的相互影響與聯結；縮小學術與科學界與一般大眾的隔閡以廣為傳達永續的觀念。		
參訪概述： Institute for European Environmental Policy (IEEP)根據其團隊進行的實證研究結果，為合作之學術、社會、企業組織及歐盟機構等提供政策建議，並監督永續政策		

的執行。IEEP 致力於四大主要項目：一、針對歐盟制定的目標撰寫影子報告；二、找出合作組織的共同理念；三、關注歐盟與其他國家的相互影響與聯結；四、縮小學術與科學界與一般大眾的隔閡以廣為傳達永續的觀念。在參訪過程中團員與執行長 Celine 和博士生 Emilia 的對談十分熱絡。團員除了了解 IEEP 這樣的研究組織如何做 NGO 在監督歐盟政策時的後盾以外，也與 Celine 和 Emilia 討論到哪些學術領域對永續發展的未來展望是不可或缺的，甚至還分享了自身的經驗、給予我們職涯的建議。其中 Celine 不斷強調我們應該致力讓永續發展議題更平易近人，因為這不只是需要學術界的對談，而當每一位置身其中的人都願意更深入了解這 17 個 SDG 的實質內容時，我們離理想目標就又更進一步了。另外，Celine 也認為在探討環境永續時應同時考慮社會正義，以更全面的視角去思考環境負荷極限(Planetary boundary)和社會需求(Social need)的平衡。

七、實務

日期：7/31	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Vanmoof
服務內容與目標： 提供上班族「Effortless」的城市通勤體驗。 服務對象： 清楚的目標客群主打在城市裡通勤的上班族，有別其他大廠牌的登山車、競賽用的腳踏車，Vanmoof 推廣的是「荷蘭式的移動」，想要把自行車在荷蘭城市的普及度，分享給其他的城市。 營運模式： 荷蘭創意發想核心，在亞洲東京、曼谷及上海、美國紐約、歐洲倫敦與阿姆斯特丹等大城市販售，營運的點大多網羅跨國人才的團隊。哥哥 Taco 在荷蘭駐點，負責歐洲市場；弟弟 Ties 在台灣駐點，負責亞洲市場，近年觀察北京、上海等地，希望能攻進大陸市場。 銷售採電子商務的模式或品牌店販賣的兩種方式，不假其他通路之手親自能最直接的傾聽到顧客的心聲。 成立與簡史： 2009 年，有著工業設計背景的荷蘭兄弟，Taco 和 Ties，利用先前共同創業的好默契，創立 Vanmoof 自行車品牌。由於在荷蘭 55% 的交通是由腳踏車完成的，因此 Taco 和 Ties 乘著這樣龐大商機，選擇進入城市通勤的市場。 社會影響力： 「如果能有一台用很久不壞、不怕被偷走的自行車，荷蘭人是不是就不需要一人買三四台的腳踏車造成資源浪費？」創辦人 Taco 秉持著這樣的信念，期待製作機台品質優良的單車，讓通勤族能有最好的通勤體驗。此外，偷竊問題也在他們新推出的 Electrified S 得到解決。保證 24 小時找回失竊車輛，Vanmoof 在 Electrified S 上安裝追蹤軟體，由專業的小偷追蹤者協助顧客找回單車。 Vanmoof 專注品質的理念解決閒置單車的問題，也讓資源可以達到最大的利用。 參訪概述： 簡約的室內裝潢和挑高的接待所，Vanmoof 品牌旗艦店給人開闊明亮的好心情。踏入旗艦店，接待我們的是創辦人兼 CEO, Taco 和全球行銷長 Dave，秉持著「Effortless」的品牌核心，Taco 說店裡每位接待客人的店員都是工程師，因為他們相信唯有直接製作單車的人和顧客溝通，才能真正了解顧客的需求。特別的是，在品牌店內我們可以直接看到 Vanmoof 單車的製作過程，從設計到產出，透明的		

生產鏈和客人保證 Vanmoof 的每個細節都是經過層層把關的。

行銷長 Dave 說，有別於他之前的工作經驗，Vanmoof 給他很大的自由及想像空間進行行銷的企劃，就拿我們熟知的 Google 無人單車廣告來說，那是 Vanmoof 和 Google Zoo 在愚人節合作的一支影片，影片裡可以看見單車不用控制自己在路上行走、騎士可以邊吃早餐邊讀書不用注意交通狀況、3 歲小孩可以爬上單車到想去的地方…Vanmoof 和 Google 在愚人節時和大家開了可愛的玩笑，卻也大大提升品牌的曝光率。這樣有創意、自由、活潑的工作環境，讓我們了解 Vanmoof 背後成功的原因。

由於台灣是 Vanmoof 的一大零件生產地、又是弟弟 Ties 負責的亞洲總部所在地。Taco 提起台灣，還很開心的跟我們聊到澎湖等等有趣的地方。此外，Taco 也稱讚台灣在研發上高超的技術，也說在台灣店的 15 位員工裡，13 位台灣員工表現令人驚豔。聽到這，真的很為台灣數個隱形第一而感到驕傲。

參訪後，Dave 帶大家試乘每一代不同的 Vanmoof。騎上車環繞附近公園時，真的有體驗到”Effortless”的快感，輕鬆的在簡約設計的單車上踩著踏板，真的是有別於以往很令人印象深刻的單車經驗！

日期：7/31	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Park 20 20
服務內容與目標： 旨為創造一個永續發展和經濟成長共榮的商業園區，並以 William McDonough「搖籃到搖籃」為原則打造循環經濟的商業模式。		
服務對象： 期待運用循環經濟的企業及建商…		
營運模式： 搖籃到搖籃的概念由三大建商：Delta Development Group、VolkerWessels、Reggeborgh 付諸實現，在建材選用上，三大建商引進「建材銀行」和「出租模式」的方式，讓建材可以與時俱進不斷循環再利用。此外，建商也堅持用以人為本的思維去建造建築，因此在各棟建築上都可以看到為採光的大片玻璃等等，替員工建造舒適的工作環境以增加工作效率。		
成立與簡史： 身為荷蘭循環熱點計畫下最大的成功案例，Park20 20 體現循環經濟的概念，證明環境和經濟可以共生共榮。 William McDonough 和 Michael Braungart 於 2002 年時完成搖籃到搖籃這本書，旨為希望能推廣循環經濟，他將這個概念運用在 Park20 20 中規劃具有休閒、托兒、餐飲、購物、會議等機能且善用運河與藍綠資源的商業園區。		
社會影響力： 在一個結合藍綠資源的園區裡，Park20 20 證明優質的工作環境確實能提升員工的工作效率。搖籃到搖籃的思維期待達成生物循環和工業循環的平衡，改善工業革命的線性經濟模式，達到零廢棄物的循環經濟模式。 當搖籃到搖籃的商業模式成功在 Park20 20 運行，那將表示企業可以是推動循環經濟的原動力，進而把這樣的商業模式推廣到城市、國家、甚至是全世界。		
參訪概述： 位在史基浦機場旁的 Park20 20，是一個被花草樹木環抱的商業園區，進駐了福斯、FIFpro、FedEx 等知名的企業。我們首先先在 Parkcafé Groen 享用午餐，嘗嘗餐廳從自家溫室採集的有機蔬菜，接著就到了籌辦 Park20 20 的三大建商之一 Delta Development Group 的辦公室，接待我們的是 Delta Development Group 資深顧問—Mr.		

Olaf。

在介紹 Park20120 的概念時，Olaf 首先提及，現在是一個指數成長的有限資源經濟環境，因為有限所以要改變工業革命後的線性經濟，以搖籃到搖籃提倡循環經濟的方法，在環境和經濟中找到平衡。此外，Olaf 也說現在的思維應該從價值出發最後才回到利潤，相較利潤出發的價值創造過程，大家才能更有共識，一起合作。

Park20120 獨特的建材銀行建造方式，是以縫製的方法建造的，這樣的模式讓建材可以很容易的被汰換，且符合時代的演變。有團員則對這樣的方式感到疑惑，擔心建築的安全性，Mr. Olaf 則表示，其實建材的品質並不會因為建造的方法改變，這樣的概念和我們小時候玩的樂高有異曲同工之妙。

聽完 Mr. Olaf 的解說，我認同循環經濟由企業當推手的概念，也相信生態和工業可以完美共榮。在荷蘭人身上，我學習到他們願意為相同目標合作且付諸實行的舉動，而且往往結果都可以是多贏局面。也許台灣也該思考，如何以合作代替競爭，把眼光放得更高更遠，達成多贏的豐碩結果。

日期：8/1	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Space&Matter
服務內容與目標： Space&Matter 是一個協助建築與空間規劃發展的團隊，此外也很著重對於環境以及能源上的永續發展。		
服務對象： 潛在的住屋需求者以及擁有閒置土地或建築物的擁有者。		
營運模式： 在營運上，Space&Matter 經常與其他人合作，方式包括專案合作、倡導行動或是合資，案件來源除了透過客戶親自委託外，他們有時也會透過一些媒合網站去尋找案件，例如 Crowd Building，這個網站主要是協助建築師與閒置地產地主、潛在住戶做聯繫，有點像結合 Kickstarter 和 Facebook 的平台；此外 Space&Matter 也時常結合繪圖設計師、動態影像師、廣告文撰寫人，以及網站設計師等。		
社會影響力： 提供有特別居住需求的人有自己規劃住宅空間的機會，除了設計獨特的建築外觀之外，還結合了綠色能源設施，兼顧了審美觀以及環境保護，同時還能提升生活品質；對整體社會而言，成功的案例將能吸引更多人加入永續住宅的行列，藉由改造廢棄工廠或辦公室，開創出新的利用價值，進而帶動周遭的經濟發展。		
參訪概述： Space&Matter 的創辦人之一的 Marthijn Pool 闡述了當初他們在設計規劃 De Ceudel 上的種種巧思以及歷程，而這裡如今也成了很多人爭相模仿的對象，之後也談到了 Space&Matter 的成立背景與機緣，其實是在 2009 年的金融危機下，面臨經濟蕭條、沒什麼新的開發案的情況下所發起，然而人們仍是有居住的需求，因此他們就以閒置的建築做為開發目標，並期許他們的設計能夠為社會帶來改變，在營利方面也希望是能追求整體社會的利益而非自身的利益。 Space&Matter 在設計規劃上，不僅充分利用閒置建築，也時常結合各種永續的概念，例如他們其中一個設計案 Urban Farmers，就是將 Philips 在海牙的舊工廠改造成為集合菜園與水產養殖的農場，最重要的一點是還採用了魚菜共生的生態系統，儼然是個名符其實的永續農場；在與談的最後也談到他們希望能做到除了建築設計外，還可以結合科技以及循環經濟的概念，以創造出更多的地方居住，並賦予更多的價值。		

日期：8/1	城市：阿姆斯特丹	研習單位：ING 集團
簡介： ING 集團（Internationale Nederlanden Groep）成立於 1991 年，由荷蘭最大的保險公司 Nationale-Nederlanden 與荷蘭的第三大銀行 NMB Post Bank Group 合併而成。 ING 集團從 2005 年開始編編撰永續報告書，2006 年簽訂 UN Global Compact（各企業 CEO 承諾遵循全球永續原則，並根據聯合國發展目標採取實際行動），這十多年來持續和聯合國一同推動千禧年發展目標（MDGs）、永續發展目標（SDGs）。2016 年 7 月永續發展研究機構 Sustainalytics 評比全球 395 家銀行，ING 榮獲全球第一名最具永續性的上市銀行。 服務目標與內容： ING 的核心理念為 “Empowering people to stay a step ahead in life and in business.” 基於全球社會趨勢、全球永續目標、內部監管發展，ING 辨認出金融業的全球發展方向以及其對客戶的挑戰，並訂定兩大永續發展主軸：金融賦權（Financial Empowerment）、永續轉型（Sustainable Transitions）；並分別對應到 SDGs 子目標 8.3（促進以開發為導向的政策，支援生產活動、就業創造、企業管理、創意與創新，並鼓勵微型與中小企業的正式化與成長，包括取得財務服務的管道）及 12.5（在西元 2030 年以前，透過預防、減量、回收與再使用大幅減少廢棄物的產生）。 社會影響力： a.讓個人能更有效管理財富。 b.發展影響力評估（impact measurement），協助自身、借貸與投資機構、供應商追蹤永續轉型成效。 c.作為金融界永續發展的榜樣。 參訪概述： 全球永續部門的顧問 Jack Doyle 帶我們了解 ING 如何發展永續策略，並以「CEO 因應永續發展」為主題，透過工作坊讓我們體驗企業內部創意發想的過程。 ING 回應 SDGs 的方式與目前臺灣大部分的企業相當不同。臺灣算是剛起步階段，企業通常先盤點過去作為，再將其對應到合適的 SDGs 中。然而，SDGs 項目多而繁雜，許多作為都能勉強算入其中，這種以現有作為對應的做法，較難以見得企業在永續發展上的企圖心。相對地，ING 不僅回應 SDGs 17 項目標（goals），更進一步由較為具體的 169 個子目標（Targets）找到定位，細緻地去訂定具體的行動。從子目標著手，並非限縮發展，而是更踏實地辨認優勢、針對清楚的目標去貢獻。同時，ING 的全球永續部門也負責讓企業全體同仁了解永續發展的重要性，讓整個 ING 能以同樣的心態去面對未來的成長。 ING 有個創新實驗室（Innovation Studio），帶領員工創新思考，且定期舉辦工作坊、競賽，並實際試驗有趣的點子，讓企業持續保有創新能量。我們這次工作坊就在創新實驗室旁的一間會議室中，在一個小時內，我們扮演特定企業的 CEO，快速研究該企業的內部優劣勢、外部挑戰與機會，提出解決方案，並上台簡報和夥伴分享。這個活動算是讓對方快速了解我們（臺灣青年）的管道，我們相當樂在其中，也展現了應有的活力與專業。		

日期：8/2	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Amsterdam Smart City
服務內容與目標： 城市的發展伴隨著新的機會與挑戰，都市人口的快速增長需要智慧的方法來解		

決。面對諸如人口增長、氣候變遷等挑戰，Amsterdam Smart City(簡稱 ASC)團隊旨在使城市能有效率地朝永續發展前進。

ASC 是一個由企業、政府、知識社群和居民組成的團隊，四方彼此互助合作，以計畫透明的協同運作，創建了一個同時具備社交和技術化基礎建設的智慧城市。

隨著智慧城市的發展，ASC 團隊主要專注在六大領域，包含：智慧基礎建設與科技(Smart Infrastructure & Technology)、循環城市(Circular City)、智慧行動力(Smart Mobility)、智慧能源(Smart Energy, Water & Waste)、智慧公民與生活(Smart Citizens & Living)、智慧政府與教育(Smart Government & Education)，並以大數據和開放資料，為參與的利害關係人提供了孕育不同想法、專案和新商業模式的開發環境。

此外，ASC 團隊在網路上創立一個智慧城市創新平台，扮演媒合與加速推動的角色，這個平台負責協作、權衡各個利益團體的目標與需求，並扮演獨立第三方角色，最後再串接公共和私人組織，幫助城市打造更具適應性的生態系統，將計畫付諸實踐階段，加速智慧城市專案推動與執行，目前有超過有 130 個合作夥伴，有益於智慧城市的各式相關專案也超過了 90 項，並且持續增加中。

服務對象：

阿姆斯特丹

營運模式：

- a. ASC 團隊的成員來自各個不同角色的利害關係人，透過城市治理者（政府當局）、合作夥伴和居民的相互連結合作，針對智慧城市議題貢獻了許多具有創意且可執行的解決方案，使城市的風貌能夠進行重大的改變。
- b. 建立了智慧城市的網路平台，激發了許多不同的想法，讓參與者可以提出針對城市議題的可執行方案，同時運作也彼此學習，透過此一平台的交流讓許多的創意和方案能夠加速進行。
- c. ASC 不斷地在建置時開發不同的可能性，尤其希望為創新的解決方案打造出新的市場和利潤空間，同時能夠複製各項成功經驗給新的方案和其他不同城市作為參考。
- d. 在行銷推廣方面，除了持續以 ASC「Amsterdam Smart City；ASC」網站，作為與企業、政府、知識產業機構和全民的溝通交流平台，提供超過 130 個合作夥伴和 90 個創意專案以上的合作機會外，在社群媒體方面，包括 Twitter、facebook、Linkedin、YouTube 和 Google+等，都有許多的成員和追隨著可以在此獲得有關智慧城市的訊息，同時也持續發行電子報，讓訂閱者可以及時不漏接各項有關智慧城市的最新資訊，以便發展出更多的城市創意和合作機會。此外，每年亦舉辦創新大會，會中有超過 4000 位創業家、政策制定者、科學家、媒體及市民的參與，藉由各項議題的專家學者演講和討論，讓各界人士可以在此進行知識交流和發展合作，已是阿姆斯特丹在智慧城市的年度一大盛事。

社會影響力：

ASC 團隊創造的永續城市不僅使阿姆斯特丹的居民有更好的生活品質，也為社會創造出新的市場與利潤，同時能夠複製各項成功經驗給新的方案和其他不同城市作為參考，增加城市與國家的品牌形象，然而，最重要的是能減少對生態環境的傷害。

參訪概述：

Amsterdam Smart City 團隊(簡稱 ASC)起始於 2009 年，由市政府、知識社群、企業和居民四方所組成，其以提供線上社群平台的方式來加速及媒合上述四方，企

圖在阿姆斯特丹打造一個智慧城市。本次的參訪由負責永續行動力(Sustainable Mobility)兼國際代表(International Delegation)的 Cornelia 為我們解說。Cornelia 的背景為都市設計，她細心地與我們解釋究竟何為阿姆斯特丹所追求的智慧城市(Smart City)？Amsterdam Smart City 團隊目前正在執行哪類計畫？以及阿姆斯特丹的永續發展策略為何？

首先，Cornelia 指出，由於現今阿姆斯特丹所扮演的角色已經無法滿足現今與未來人們的需求，面對諸如人口增長、氣候變遷等挑戰，阿姆斯特丹未來將朝智慧城市發展。然而，究竟何為阿姆斯特丹所欲追求的智慧城市？Amsterdam Smart City 團隊認為，智慧城市(Smart City)的概念包含居民的福祉、城市的吸引力、城市的永續、經濟發展、創新等等，因此，相較於某些強調科技發展的城市而言，阿姆斯特丹更重視城市與社會層面的連結與創新，也積極廣納各類創新人才。

接著，Cornelia 進一步舉出目前正在進行中的計畫，例如：透過 APP 於大型活動前 48 小時提供交通資訊，達到 2020 年大型活動零塞車、透過物流運輸的整合，以降低城市中物流的碳足跡、以平均每位市民皆能擁有一個太陽能板為目標，透過太陽能板的使用提倡永續能源、郵差的角色隨著科技與社會的發展，未來也許將從傳統送信的職能，擴充為收集廢電池或回報待修繕公共設施等協助環境與社區基礎設施維護的角色…等。上述例子再一次展現出阿姆斯特丹所欲追求的智慧城市除了環境、能源的永續外，更包含創新、城市與人、社會層面的互動。

最後，Cornelia 具體地跟我們分享阿姆斯特丹的永續發展策略，包含四個面向：可再生能源(Renewable Energy)、乾淨與健康的空氣(Clean & Healthy Air)、循環經濟(Circular Economy)、適應氣候變遷的城市(Climate Resilient City)以及永續城市(Sustainable City)。

一個城市的發展該何去何從？構成城市的命脈有那些？什麼是讓城市跳動的心臟？在阿姆斯特丹，我看到一個追求能源、環境、經濟、適應氣候變遷、永續發展的智慧城市，其積極創造孕育創新點子的空間，廣納國際各方人才，透過創新的手法，來打造智慧城市。人是構成城市的基本要素之一，阿姆斯特丹以人為本，強調人類的福祉，社會創新，而非以科技發展為重點。透過本次的參訪，我認為，阿姆斯特丹城或許欲透過自身的案例，告訴我們必須積極尋找台灣其各城市自身的定位、發展目標與策略，不僅讓台灣的城市能發展出自身的特色，也能夠吸引各方人才的投入，創造出源源不息的城市發展動能。

日期：8/2	城市：阿姆斯特丹	研習單位：Instock
<u>成立與簡史：</u> 全球的食物在送到餐桌前，有 1/3 是被浪費掉的，而其中一大部分，是因為食品賣相不夠好看、怕新鮮度不足等等因素，使得一些醜蔬果，或是還沒過期的食品在販售出去前，就被丟棄。以荷蘭最大的連鎖超市 Albert Heijn 為例，一袋柳丁裡若有一顆壞掉，整袋就會跟著被丟掉，馬鈴薯也是，一顆狀況不好的馬鈴薯也會讓一整大袋的馬鈴薯跟著報銷。另外荷蘭人也沒有打包的習慣，民眾覺得打包是件讓人難為情的事，因為打包讓人聯想到貧窮。 四名平均 27 歲的 Albert Heijn 連鎖超市員工決定要改變食物被浪費的狀況。他們來自四個不同部門，一起組隊以 Instock 為題參加公司內部的創業提案比賽。 如在物流部門工作的 Merel 曾表示，「因為每天實在丟掉太多食物，我真的無法忍受這麼多可以吃的東西被扔進垃圾筒。」 公關 Freke 則是本來就有一群好朋友來自阿姆斯特丹很活躍的慢食青年組織 (Slow Food Youth Network)，一夥人常聚在一起吃吃喝喝，也共同探討像是糧食		

正義、公平貿易等比較嚴肅的食物議題，聊著聊著，Instock 的商業模式就在杯盤交錯間嫣然成型了——開一間餐廳來賦予剩食新生命，專用公司丟掉的可食用剩食來做成餐點吸引客人。

果然，這個想法順利獲得那年亞伯特超市內部創業比賽的冠軍，得到公司贊助的第一筆資金。他們也發揮荷蘭人的高效率本色，半年內找好地點、談妥租約，所有餐廚設備與桌椅都從好友跟相關業主募集而來，Instock 就這麼熱鬧開張。2014 年 6 月底開張時，還抱著試試看的玩票心理，把自己定位成充滿實驗性質的快閃餐廳（Pop-up restaurant），一週只營業五、六、日三天；因為怕這想法太瘋狂，不知道除了朋友之外，有沒有客人敢上門。誰知道短短半年，不但預約很滿，還養出幾位熟客，團隊才開始認真思考要從快閃變成常駐。

2015 年五月，他們從快閃店搬遷到更正式的店面，營業日由一週三天改成五天；後來又在海牙開一家，員工 70 位。2016 年底在中部大城烏特勒支（Utrecht）開第三家。另外，專做外帶餐點的概念小店 Instock Toko 也正式開張，另外一輛改裝的餐車也不定期出沒在南部的幾個城市，要更全面的在荷蘭宣揚反食物浪費的理念。

服務內容與目標：

Instock 蒐集連鎖超商等格外品食材，製成創意料理，透過餐廳販售；賦予剩食新生命，避免資源浪費的同時，也讓消費者透過品嘗體驗，瞭解食物浪費議題。此外也自主開發商品：啤酒 Bammetjes Bier、麥片等，以及出版剩食烹飪指南，讓避免剩食的創新方法廣為傳播，帶動大眾的議題關注與實踐，期望解決食物浪費問題。

身為基金會，Instock 的收益，是為了永續經營；終極目標並非營利，而是拯救更多剩食！除了最直接的，透過餐廳營運，累積拯救食材總公斤數；更透過倡議連署、教育活動，提升大眾意識；並持續努力讓 Instock 空間及故事對外界開放，將想法向大家分享，期望模式能夠複製，讓影響力擴散。

服務對象：

格外品等食材蒐集方面，與食品加工廠、連鎖超商合作；創意剩食料理方面，透過餐廳販售料理予周遭居民、食客及響應理念的支持者等；倡議、連署等部分則以餐廳及餐車顧客及廣泛社會大眾為對象。

營運模式：

每天早上 7 點，Instock 的載貨腳踏車與廂型車會到超市、供應商處，及鄰里間的雜貨店，到處蒐羅被淘汰的 NG 蔬果、被切剩的肉品，或即將到期的食品。如果沒有搶救回來，這些食物就會被送去做成沼氣能源，甚至只是當垃圾處理。11 點、近中午，食物蒐羅回來，才是廚師們工作的開始。

Instock 最重要的晨會就是各自對著這些食材喃喃自語後，再腦力激盪一番，一開始大概要近一個鐘頭才能定出每日菜單，現在已可以很快配出菜色，還能針對特定食材醃漬加工保存，讓風味更有層次，也延長生鮮食材的保存期限。因為每天的食材不同，每天菜單都不一樣；因為不知道會收到哪些食材、搭配選擇也不多，每天得針對食材翻新菜單，比在一般餐廳更有成就感。

由於 Instock 和老東家的淵源，現在店裡供餐的食材，有 90% 都來自 Albert Heijn 超市；獨特的物流系統下，食物救援車每天的「收成」不一，包含即期的茶包、罐頭和果醬、硬掉的整塊麵包、奇型怪狀的馬鈴薯和成堆的蔬果。剩下的 10% 食材是奶蛋魚肉類，這些高蛋白質含量的易腐敗食材因為食品標示規定嚴格，也容易因儲藏時間長而影響風味，因此 Instock 一部分採用購買，另一部分則由熟悉的屠戶捐出客人不愛的邊角肉或內臟類食材。

Instock 的用餐空間明亮舒適有質感，從早餐開始，直到深夜 11、12 點，都能

替消費者奉上一道道充滿創意的豐富料理。現在他們不僅有餐廳，也為想在家輕鬆解饞，或想和朋友在戶外野餐的消費者，提供名為「Toko」的外帶輕食服務。隨著餐廳的定點經營成熟，Instock 希望能為更多民眾服務，開始不定時出動他們的湖水綠「餐車」(Truck)，機動性地至各處端上好料。當阿姆斯特丹有舉辦大型戶外活動時，或許就能看見 Instock 餐車的可愛身影！

社會影響力：

搶救超市或零售商 NG 蔬果、即期品等，以餐廳為行動媒介解決剩食及食物浪費問題；並對消費者之社會問題意識進行倡議，認識食物供應鏈與浪費問題。

創業以來，Instock 已搶救約 28 萬公斤的食物，數字上竄中。

參訪概述：

在參訪 Instock 時，經理 Sarah 帶領我們循著脈絡，聚焦食物浪費問題、認識團隊的創業試驗、規模拓展、未來展望...等，我們也分享來自台灣的實習生至 Instock 取經後，進而歸國創立「Pick Food Up 拾生態廚房」的故事。

而在最後問答時，我們問及影響 Instock 食材來源的因素，Sarah 則認為是節慶，並以聖誕節與萬聖節為例。在聖誕節時，受到連續假期的影響，導致超市中大量食材未能如期銷售，進而成為 Instock 食材來源，Instock 也因此將蒐集來的高品質食材，如：香檳、牛肉...等，打造成特別的聖誕特餐。而在去年的萬聖節，超市為了店內擺飾，進而大量採購南瓜，然而，鄰進的超市誤將 20 顆南瓜訂購成 200 顆，也因此，Instock 在接收 180 顆南瓜後，開發出全南瓜主題菜單。

從 Instock 食材供應鏈方面 Albert Heijn 集團的大力支持、無後顧之憂，我們進而反思：社會企業創業面臨模式創新、缺乏資源管道、社會影響力等重重挑戰；造就 Instock 成功的關鍵之一，或許即是能提供資源、核心業務合作輔導的大企業支持。如 Albert Heijn 不只提供食材，更能分享資源人脈、協助媒合廠商、確保 Instock 克服供應鏈的挑戰等等；或許，Instock 至今難以被新創複製的原因，差別即在於有無這般強大的關鍵伙伴支持。

充實的參訪行程，由 Instock 創意晚餐畫下句點。繼下午茶的藍莓薄荷馬芬、起司牛肉球之後，晚餐的新奇料理，有著蕃茄香草油冷湯、南瓜魚醬脆餅佐花椰菜、炸魚脆薯佐醬烤茄子、香蕉馬卡龍棉花糖佐藍莓凍.....每一口，都令人無比驚奇；難以置信，奇形怪狀的食材，經過創意烹調，也能如此色香味俱全，打造視、嗅、味覺的全方位驚喜體驗；原來，社會創新，可以是如此趣味的體驗！

八、 共享工作空間

日期：7/24	城市：布魯塞爾	研習單位：Mundo-b
服務內容與目標：		
Mundo-b 是一棟結合生態與綠能的建築物，內部空間設計成無數間辦公室與會議廳，主要提供擁有共同理念、不同專業領域的團隊進駐，以低廉的租金提供空間，並間接推動各組織與團隊之間的交流與溝通，已提升環境相關議題的影響力。		
服務對象：		
與 Mundo-b 有相同永續理念的新創公司、NGO 團隊等		
營運模式：		
Mundo-B 創立於 2005 年是來自一名生物科技工程師的想法，其相關組織有 Mundo-N、Mundo-J、Mundo-A，在 2009 年後被永續投資組織 Ethical Property Europe 併購，並持續在擴張。		
由於致力在提供永續的空間，在這棟辦公大樓中，可以看到許多共享精神與盡力以生質能代替化石燃料發電。在共享廚房裡，能夠看到用以調節溫度的雙向通風		

系統；在花園能看到生態多樣性；在有機餐廳內，提供有機食物並且在特定日子執行無肉日，在牆壁上還有以漫畫生動告訴客人相關的知識；停車場以腳踏車為主，鼓勵大家不開車減少碳排放量；另外很特別的是它們有設立圖書館，除了有與永續相關的書籍之外，還放了種子，如果有需要是可以自行取用；在入口處也放了一個二手交流置物架，將自己不需用物品捐給需要的人。

社會影響力：

Mundo-B 提出較低廉的價格租借辦公室，對於社會，他給予許多小型團體一個機會。而內部清潔上，他們也與政府失業單位合作，雇用失業者擔任清潔員，也是在提供需要幫助的人一個希望和機會。

整體而言，我認為他們是一群樂意犧牲自己利益照顧他人、給予他人希望的一個團體。他們並非慈善機構，但如果你也認同永續，我們可以一起合作。

參訪概述：

Mundo-B 樂於分享永續發展的理念，相對其他企業組織，他敞開大門歡迎有資金、也想複製其模式的人參觀，並樂見其他人將此經營模式發揚光大。此份心胸來自對永續的理念與展望。Mundo-B 一直都有源源不斷的團體申請入駐，而其審核的條件在對於理念的認同，其內部包含 CAN(Climatic Action Network)等組織。之前知名家具業 IKEA 也有申請入駐，但因其條件明顯不永續，不論它的品牌在龐大或形象再好，Mundo-B 也不會因商業利益而打破自己的審理標準，因此堅持拒絕其入駐。

在 Mundo-B 裡也看到他們處處使用永續能源，盡力的讓整個環境持續永續，也期許自己能帶動附近辦公大樓與他們一起執行永續行動。入駐的團體也會受到 Mundo-B 對能源的管控，像是其中有一層樓的辦公室是無供應 wi-fi，當顧客詢問時便可順便傳達理念，提倡控制科技只用量，讓社會與生態生活空間更平衡。

日期：8/3	城市：阿姆斯特丹	研習單位：B. Amsterdam
簡介： B. Building Business 是歐洲最大的創業生態系，共有四個據點，讓新創事業租用各種大小的工作空間，並能享用各式活動空間（展演、電影院、餐廳、健身房等）。四個據點分別為 B. Amsterdam (B.1)、B.2、B.3、B. New York，讓不同領域的新創事業進駐。		
服務對象與內容： B. 的願景為 “Bringing entrepreneurship within everyone’ s reach by providing our spaces, the right toolset and social environment.” 可分為三個發展主軸：打造新創生態系、職涯教育、企業創新。如下： 【新創生態系 Startup Ecosystem】 a. B. Space：空間管理、社群/社交培養、維持有動能的創業環境。 b. Scale internationally：協助新創、中小企業打入國際新市場，降低國際市場的進入障礙。 c. Startups matching：協助企業研究適合對接的新創，並舉辦對接工作坊。 d. Public-Private Partnership：和政府合作打造 innovative start-up city。 【職涯教育 Future Education】 B. Startup School Amsterdam (BSSA) 是為了解決產學落差的教育計畫，分為 1~3 個月的課程與 6 個月實習 (Trainee)。協助畢業生更加成熟以進入產業工作，同時也是協助產業找到未來人才。 【企業創新 Corporate Innovation】		

a. Open innovation：透過內部創新訓練、工作坊，教導國際化的企業或其他組織創新知識。企業的創新部門也能進駐 B.的工作空間，和其他新創公司交流學習。

b. Investment Climate：和歐洲眾多 VC 連接，協助資金挹注。

社會影響力：

建構完善的新創生態系，透過創業空間經營、課程輔導、社群協助，並連結多方資源（新創、企業、政府、投資人、跨國等），讓阿姆斯特丹成為友善新創的城市，有機會成為歐洲新創邁向國際的基地。

參訪概述：

負責國際連結的 Yeni Joseph 帶我們導覽 B. Amsterdam，這裡有各種規格的辦公空間以及多元的共用場地。B. Amsterdam 身為歐洲最大的創業生態系，即便是在暑假期間較少人辦公，也令我感受到滿滿的創新能量。

為什麼即便人少，也能感受到創新能量呢？我想 B. Amsterdam 的創業空間扮演最初、且到現在都還是相當重要的角色。不單單是完善的硬體設備，這裡的氛圍使空間活了起來的。Yeni 強調他們非常重視社群交流，認為將特定的人匯聚到好的空間，他們就會碰撞出新能量。因此，從最初的空間設計到不同據點的規劃，還有各式活動、進駐公司的挑選、教育計畫等等諸多面向，都是為了促進更好的社群交流，讓不同領域的人才、公司互相連結。

Yeni 也提到，他們在洽談進駐公司時，也相當重視公司的國際化心態，他們希望公司有夠廣的視野，以持續成長、邁向國際為目標。同時，B. Building Business 也努力建構自己的國際佈局，像是為了帶領新創公司更容易到美國發展，他們明年秋季在紐約拓點，這之中考量了歷史背景、產業發展、時差等面向。未來 B. Building Business 將持續以 B. 的品牌精神結合世界各地合適的資源，協助歐洲新創拓展國際市場，而亞洲將會是下一個發展目標。

日期：8/3

城市：阿姆斯特丹

研習單位：Impact Hub Amsterdam

成立與簡史：

Impact Hub 起源於 2005 年英國倫敦，至今全球已有 82 個 Hub 分布在不同的城市，擁有超過 15,000 多名會員，全球據點和會員數持續成長中。每個 Hub 之間都是水平的會員關係，將各個在地空間，互相串連而成全球網絡。

Impact Hub Amsterdam 於 2008 年設立；至 2015 年，社群中已有 240 位活躍創業家會員，每年 10,000 人訪客，以及總計 633 位在地社群會員。

Impact Hub 國際網絡，扮演著創新實驗室、企業孵化器和社會企業社群中心等多元的角色，更是一個提供會員各種資源、靈感、合作機會與擴大社會影響力的獨特生態系統。Impact Hub Amsterdam 也是經過認證的 B 型企業（Benefit Corporation）。

服務內容與目標：

Impact Hub 實際運作方式是由世界各地的在地空間，串連成為全球網絡。依各地實際需求，提供會員各種資源、靈感、合作機會與擴大社會影響力的獨特生態系統。扮演著創新實驗室、企業孵化器和社會企業社群中心等多元的角色。

Impact Hub Amsterdam 聚焦六大領域，透過支持社會創新團隊，推動永續目標：

- 創新經濟與責任消費 New Economy & Responsible Consumption #SDG 1,8,9,12
- 和平、治理與教育 Peace, Governance & Education #SDG 4,5,16
- 社會包容與都市改善 Social Inclusion & Urban Solutions #SDG 1,5,10,11,17

- d. 能源、移動與建設 Energy, Mobility & Infrastructure #SDG 7,8,11
- e. 健康生活型態 Health & Lifestyle #SDG 2,3
- f. 生態系統、天然資源與氣候變遷 Ecosystems, Natural Capital & Climate Change #SDG 6,13,14,15

營運模式：

主要營運活動如下：

- a. Community 社群：創業家與議題大使等等
- b. Programmes 各項計畫，扶植社企由 創新>>成長>>拓展規模>>發揮影響力
- c. Investment Ready Program 加速器計畫，主要針對〔循環經濟、能源與移動、供應鏈與物流、新材料與廢棄物、農業／食物／水資源〕領域的新創。
- d. Business Model Challenge (BMC) 活動，透過 3 天密集訓練，4 堂大師傳授，1 位專屬業師，1 場 Pitch 競賽，讓有志創業者將尚未驗證的點子完整化，並加入 Impact Hub 社群。
- e. New Material Award Challenge (NMA) 為期 2 個月的培訓計畫，鼓勵創新者將永續材料或產品設計，成為完整商業模式以推出市場，參與者甚至在德國設計週 Dutch Design Week 有展示機會！
- f. Wessanen Food Challenge (Organic Food against Climate Change Challenge) 為期 2 個月的培訓計畫，與倡導有機的 Wessanen 食品公司合作，鼓勵創新者將創新有機食品/植物蛋白質/減少食物浪費的點子，成為完整商業模式，經過試驗，以推出市場！
- g. De Uitdaging 為 Impact Hub Amsterdam Nyenrode 與市政府共同推出的挑戰，鼓勵創業者為企業中員工勞動環境提出創新方案；為期半年，包含培訓課程以及業師指導等。
- h. Scaling Program 透過業師輔導以及各項經營服務，協助已經在營運中的社會企業，提升規模，甚至走向國際化。
- i. For Organizations 為企業內部創業家，提供 SOLVE LABS - THINKING AND ACTING DIFFERENTLY 以及 Start Me Up Tour 創新培訓活動。

其他服務：活動場地租借、主持、演講、活動企劃、參訪導覽等。

社會影響力：

Impact Hub Amsterdam 對於社會創新創業者一路上遭遇到的問題（管理、資源、國際化等等）給予協助，並且串聯各項資源人脈及團隊達到共生生態圈。在 2015 年，對 3080+ 社會企業提供協助；幫助創造 569 個新職缺；協助會員社會企業達到超過 €30M（三千萬歐元）的營收。八年來，已支持超過 1000 位發起人，為這世界的環境、經濟、社會面等，帶來正向改變。

參訪概述：

走進 Impact Hub Amsterdam，我們看見，舒適而充滿活力、趣味、彈性的場域中，更鼓勵試驗、擁抱失敗。唯有在市場實際實驗，才能確認創新模式的可行性；即便失敗，反而避免了時間心力投入的浪費，也是社群中值得交流的寶貴學習！

針對輔導進駐社企團隊國際化方面，Tamar（社群催化團隊成員）說，Impact Hub 最重要的角色，在於客觀評估團隊在“創始／成長／規模化”歷程中的所在階段，確認其團隊管理、行銷、人資、財務等能力，是否已充分準備，足以擴大規模，並給予實際建議；通常，自認為準備好的團隊，往往還有許多方面待補強，所幸有 Hub 的輔導，得以先充實能力，再挑戰邁入國際。

我們也有幸參與週四晚上的 Networking 小酌交流活動，除了共同慶祝團隊的近期成就，更激發我們走出舒適圈，主動以英文與來自世界各地的創業家們交流；聽聞一個個改變世界的熱血大夢，分享台灣議題發展現況與見解；甚至協助建立荷

蘭與台灣的組織連結。對照先前 Impact Hub Taipei 的參訪經驗，相較之下 Impact Hub Amsterdam 進駐團隊著眼國際的願景、社企創業社群規模及活絡程度，都比台灣開闊得多。例如發起於荷蘭的 C-Change 致力開發全球的 SDG 平台網絡、Triggerize 投入非洲救助的文化行為塑造……台灣社企新創，往往聚焦在地，初期較少思考國際化、規模化的可行性。我想，同樣是小國社會創新，”先立下更廣的目標、更高的視野，再聚焦小處著手啟動”，是值得台灣的我們借鏡思考的！

此日的參訪讓團員更深刻體會阿姆斯特丹的創新氛圍，不只限於特地的族群及產業，而是個人、團隊、企業到政府都努力擁抱創新能量，且相當重視以人為本、以社區出發的問題解決能力，自然而然將 SDGs 的諸多面向，融入解決方案中。

九、政府單位/歐洲區域整合

日期：7/26	城市：布魯塞爾	研習單位：駐歐盟兼駐比利時台北代表處
服務內容與目標： 中華民國政府與比利時在 1971 終止外交關係後，為維持雙邊關係設立代表機構，而至今除了比利時代表處的身分之外，也建立了與歐盟之間的連結，並合併盧森堡辦事處了功能，以確我國與歐洲、比利時、盧森堡的外交關係上，包含：貿易、科技、教育的簽訂合作協議外，也服務旅外於比利時的國人。 服務對象： 歐盟各國、比利時政府、旅外國人 營運模式： 代表處運作分政務組、議會組、業務組、新聞組、行政組、經濟組、教育組、科技組及衛生組等單位。 社會影響力： 駐歐盟兼駐比利時代表處，主要負責與歐盟(理事會、執委會、歐洲議會)、比利時及盧森堡之政治、經貿、教育、科技、衛生及僑務等各層面之實質關係： a.科技關係：科研架構計畫，包括：社會科學、環境、能源、生物 b.議會關係：台灣歐盟年度諮詢會議，議題廣泛 c.文教關係：伊拉摩斯計畫、共資共鳴、居里夫人計畫 d.經貿關係：投資協定會議、台灣經貿會議、關稅協定(自由貿易協定) 參訪概述： 在駐歐盟兼駐比利時台北代表處：曾大使厚仁、經濟組陳組長永章、科技組廖組長峻德、教育組陳秘書秀娟，及政務組張秘書瓊霞的親切接待以及與會下，讓我們清楚了解台灣與歐盟之間的政治、經濟、教育、科技上的交流與合作。 以歐盟現況來說，除了政治外交之外他們也致力於推廣經貿外交，是因為經貿關係與利益，才能夠建歐盟除此龐大的內部市場利益，儘管英國脫歐、波瀾事件，讓歐盟看似動盪不安的衝擊，但他們確實凝聚更加團結的意識 以永續面向來說，歐盟以制定公部門綠色採購法規，而台灣也有制定相關的規章，若是該家廠商是以綠色材料為競標，得以在訂價上有百分之十的優惠，但落實的完善度不夠，因此無法如同歐盟各國有一樣的彰效；除此之外，歐盟落實的不僅是回收，而更重視的在於生產過程的永續循環，若是該產品得以循環，那它將永遠不會進入回收；建立 2035 非核家園的計畫也正在進行中，儘管艱難，但歐盟以太陽能板的科技、電費的控制、自由電業，以盡力達成目標。 而論及台灣與歐洲的合作，首先以議會關係來說，台灣與歐盟每年除了諮詢會議外，也有舉辦經貿會議，透過會議以達到資訊的傳遞、共識，以及優惠；第二，經貿上，在自由貿易協定之下，以提供有競爭力的產業，包含：永續專章、透明化		

專利計畫、環保計畫；第三，科技上歐盟展望 2020(Horizon 2020)亦提供名額，以讓欲發展永續科技的研究人員申請。

儘管台灣當今國際政治立場不穩，但代表處的長官也表示，我們更應該正視的是我們如何看待自己，雖然政治表態下歐盟僅承認一中，但歐洲大多數意識仍是承認台灣，因此展望國際上，我們更加必須對自己有所信心。

日期：7/27	城市：布魯塞爾	研習單位：European Commission
服務內容與目標： 歐盟執行執委會，簡稱歐盟執委會是歐洲聯盟下轄的一個超國家機關。在歐盟政治系統中，歐盟執委會主要是承擔行政任務，相當於一個國家系統里的政府。除了少數條約所列明的情況之外，歐盟執委會是唯一在歐盟立法程序中擁有立法權的，是唯一一個具法定權力去提出歐盟草案的機關，所以絕對是歐盟的心臟。歐盟委員會由 28 位專員(commissioner)組成，他們分別來自 28 個成員國。 其重要的宗旨為：The Commission is independent of national governments. Its job is to represent and uphold the interests of the EU as a whole.		
服務對象： 基本上為歐盟會員國的政府、人民。若將格局放大，歐盟的政策是會影響到整個歐洲，甚至是世界的趨勢。		
營運模式： 代表處運作分政務組、議會組、業務組、新聞組、行政組、經濟組、教育組、科技組及衛生組等單位。		
社會影響力： 歐盟對社會的影響力極大，每一項政策的制定幾乎都會影響整個歐洲的走向與發展，因此在政策制定過程當中，歐盟都跟許多非營利組織進行協商與意見整合。而在永續發展的目標當中，歐盟也作了許多的努力，例如： a. 歐盟生態創新發展進程 概述：歐盟從 2004 年就開始推動 Environmental Technologies Action Plan(ETAP)，也就是環境科技行動計畫，藉由創新方式，研發生態永續與環境友善之技術，並傳遞企業之生態創新概念，以擴大生態創新市場的需求與接受度，促進工業部門永續發展，提高整體競爭力。 b. 歐盟策略 Europe 2020 c. 概述：2010 年 3 月開始執行 10 年期歐盟策略 Europe 2020。共有七項旗艦型創始活動，其中一項創始活動為資源效率歐洲(Resource efficient Europe)，旨在呼應生態創新，直接回應全球資源缺乏的挑戰，強調避免以資源使用的代價換取經濟成長，支持低碳經濟的推動，增加再生能源的使用，提升能源效率。據統計，單單資源(原料、水和能源)在效能不彰的使用下，一年就花了歐洲企業 6300 億歐元。 d. EcoAP 概述：2011 年將 The Eco-Innovation Action Plan 逐漸取代 ETAP The Eco-Innovation Action Plan (EcoAP)生態創新行動計畫，是歐盟執委會 2011 年底提出的一個行動方案，對歐洲經濟所有面向提供刺激，朝著更乾淨的科技、永續產品和服務邁進。EcoAP 涵蓋 7 個行動，尤其專注在市場供應及需求上、研究和產業上、政策及財務工具上。		
參訪概述： 我們一行人到歐盟執行委員會 (European Commission)進行參訪交流。相當榮幸		

的能請 Mr.Jo Vandercappellen 親自簡介整個 EU Commission，我們可以全面地瞭解歐盟的規模以及不同於其它組織的地方。

首先 Mr.Jo 從歷史的角度開始切入，讓大家更熟知歐盟成立的原因與過程，從過去的歐洲經濟共同體執委會、歐洲原子能共同體執委會，歐洲各國意識到貿易的合作和整合多麼的重要。歐洲的歷史演變至今，也漸漸的從國家貿易的層次尼生的國家整合的層次。Mr.Jo 進一步說明歐盟的目標是要成立一個不僅只於貿易的超政治體，它所克服的問題非常的複雜。而歐盟目前已經加速的在整合整個歐洲的外交與安全，而未來歐盟也將朝著 Internal Market 的目標前進，不久的將來，歐盟可能會發展出歐盟的軍隊等等。

在與會的過程中，台灣青年我們不只能夠更深入的瞭解歐盟在世界上的價值與定位，更進一步的與 Mr.Jo 交流台灣與歐盟之間的連結，過程相當愉快且充實。

與會的下半場，另一位講者 Mr.Julius 很輕鬆地與我們交流台灣及荷蘭、比利時的人民對於工作上的價值觀，他提到在歐洲各國，很多的工作是計時或臨時工作，並不是每個人都會投入全職的工作，他以自己為例，他在一周間的工作天數甚至只有三到四天，他認為工作並不應該是人們生活全部的重心，家庭、興趣、生活都是很重要的一環。而這樣的價值觀也漸漸的在荷蘭普及。我想，這個議題和想法帶到亞洲或是台灣是一個很值得討論的事情，也是一項文化上的衝擊，相當有趣。

十、 其他

日期：7/27	城市：布魯塞爾	研習單位： The European Confederation of Independent Trade Unions
服務內容與目標： 歐洲獨立工會聯合會（CESI）是一個為了公部門的公務員而組成的工會組織，其成員是來自 21 個歐洲國家和 4 個歐洲工會組織的 38 個工會組織的聯合會，共有 500 多萬名個人會員。另有兩個工會組織享有觀察員地位。CESI 認為，當公部門的預算被縮減，首當其衝被影響的就是公部門員工的薪資，然而，公部門人員薪資本來就相對於私人企業員工還少。因此為公部門的工作者爭取應有的權益是他們主要的任務。		
服務對象： 基本上是歐洲大多有參與工會組織的人民，以往主要對象為公部門員工，現在也有擴展到私部門勞工權益的爭取。		
社會影響力： CESI 的特別優勢在於公共部門，但 CESI 也代表私營部門的工作人員。CESI 的大多數附屬機構都在中央，地區和地方行政，安全與正義，教育，培訓和研究，醫療保健，郵政和電信，國防和運輸領域工作。		
參訪概述： 在參訪的過程當中，由 Secretary General—Mr. Klaus Heeger 親自與我們與會，他談到公部門的勞工權益一直是 CESI 相當關注的，CESI 捍衛工會多元主義作為自由民主的核心組成部分，以非屬任何黨派作為工作的指導原則，嚴格遵循誠信、公平、廉潔、透明等道德基本原則。CESI 基於團結和輔助性的歐洲社會模式，在其工作中努力維護不歧視和性別平等的原則。除此之外 CESI 也促進各國青年組織的進一步發展，並將其意見納入內部決策過程。我們在問答的過程當中，瞭解到歐洲的工會組織是多麼的重視勞工的工作權益、工作環境、工作薪資問題等等，在每一項議題上他們都是盡心盡力的，他們會透過有系統的意見整合，瞭解各方的聲音與		

需求之後，再向政府與企業協調、遊說以達到更好的工作環境。

在今天與執行長 Mr.Heeger 與其同事 Mr. Meerkamp 的互動後我們也更深入了解歐洲人的工作型態以及對自身權益的意識。勞工的權益在台灣一直是一個很大的問題，不管是在工作時數或是薪資等等都還有進步的空間。觀察到差異性之後，也期許自己在未來能改變勞資雙方的意識，將所見所聞帶回台灣，創造更好的雇傭環境。