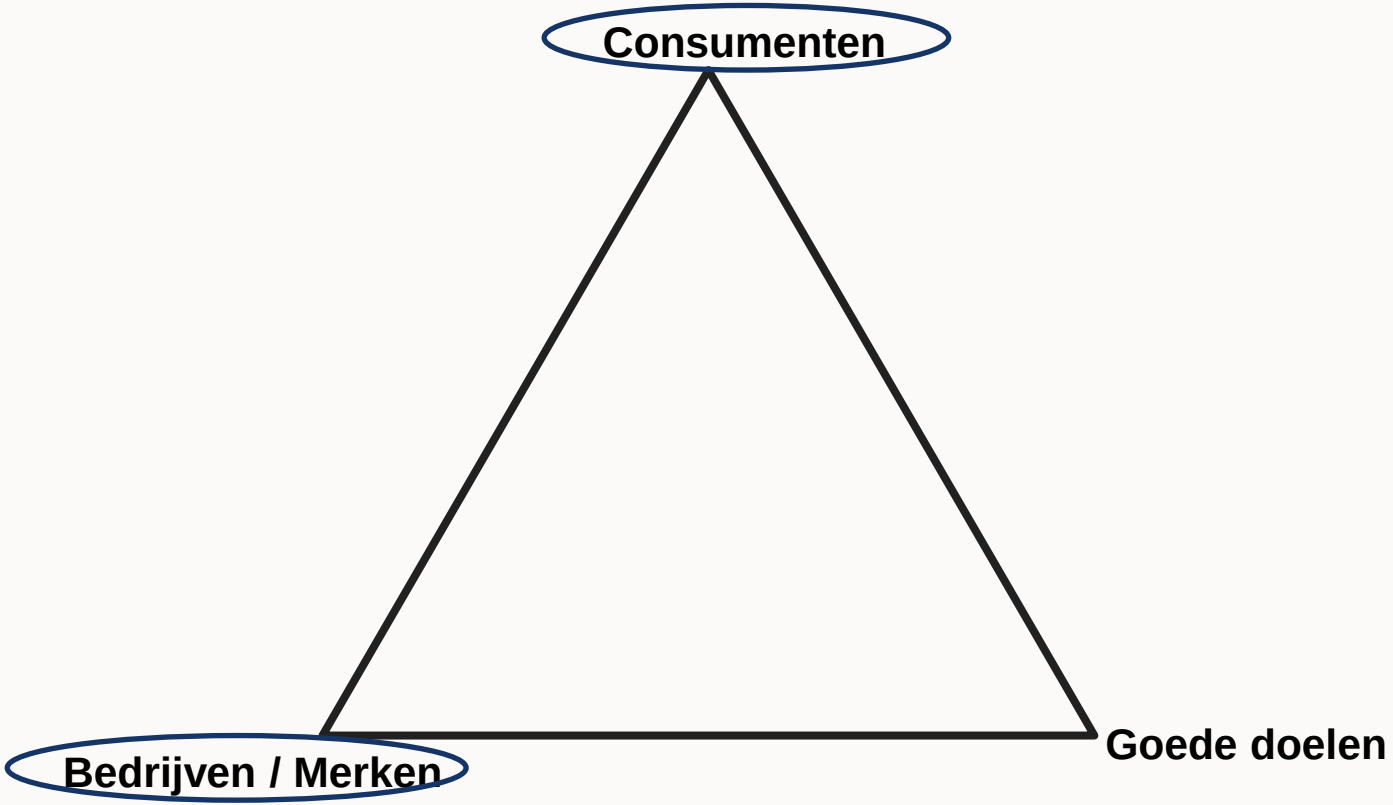
Maatschappelijke Impact Monitor

Motivaction International

Lieke van Duist & Gerard van der Werf

hnh x motivaction


Consumenten
Bedrijven / Merken
Goede doelen

MVO is relevant!

hnh x motivaction

64%

“Het is noodzakelijk dat bedrijven meer aandacht besteden aan iets goeds doen voor mens, maatschappij en milieu”

hnh x motivaction
55%
“Bedrijven moeten maatschappelijke doelen net zo belangrijk maken als winst maken”

51%
“Ik kies liever voor producten en diensten van lokale, kleinere bedrijven”

44%

“Ik ben bereid om meer bij te gaan dragen aan de samenleving”

hnh x motivaction
40%
“Ik vind dat de klimaatschade bij het maken en gebruiken van producten in de prijs van elk product moet worden verwerkt”

Bedrijven 'moeten' zich richten op MVO thema's

1
Zo goed mogelijk voor werknemers: **90%**

2
Kwaliteit: **88%**

3
MVO:
Mens **87%**
Maatschappij **80%**
Milieu **77%**

Prijs: ***36%***
Zo vernieuwend mogelijk: ***42%***

Belang en gedrag verschilt sterk

	Belang	Waar let je op
Kwaliteit	88%	69%
Zo goed mogelijk voor werknemers	90%	18%
Mens / maatschappij / milieu	87% / 80% / 77%	33% / 23% / 29%
Prijs	36%	63%
Zo vernieuwend mogelijk	42%	12%
(Online) reviews	-	31%
Expertise van het personeel	-	26%
Bekendheid	-	16%

Hoe kan dat?
hnh x motivaction

Zou je vaker dan je nu al doet producten en diensten willen kopen die minder schadelijk zijn voor de mens?
13%
Ja
71%
Ja, maar...
hnh x motivaction

Onwetendheid en perceptie van prijs grootste barrieres.

Ik vind ze vaak te duur	64%
Ik weet niet zo goed wat dan betere producten/diensten zijn	38%
Ik heb het gevoel dat het mij wordt opgedrongen	30%
Ik geloof niet dat er producten zijn die goed zijn voor MM&M	18%
Er is te weinig keuze	18%
Ik kan ze vaak niet vinden	20%
Ik vind de kwaliteit vaak minder	7%
Ik vind ze vaak niet aantrekkelijk gepresenteerd	6%
Ik let er niet op	19%

Ik wantrouw de goede bedoelingen van bedrijven

Ik wantrouw de goede bedoelingen van bedrijven

Oneens: 12%

Eens 46%

Weet niet 42%

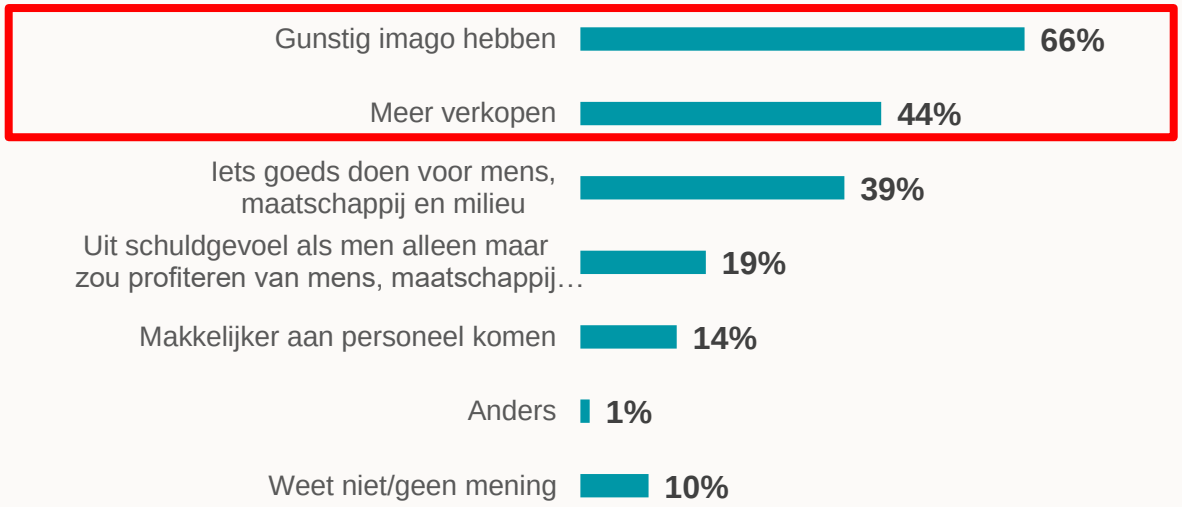
Ik keur het af als bedrijven MVO inzetten om meer te kunnen verkopen

Oneens: 12%

Eens 45%

Weet niet 42%

Bedrijven doen aan MVO voor hun imago en om te verkopen



Q. Waarom denk je dat sommige bedrijven extra dingen doen en zich actief inzetten voor mens, maatschappij en milieu?
(Basis - allen, n=1.509)

Hoe dan?
hnh x motivaction

hnh x motivaction

Overheid, politiek en bedrijfsleven zijn verantwoordelijk

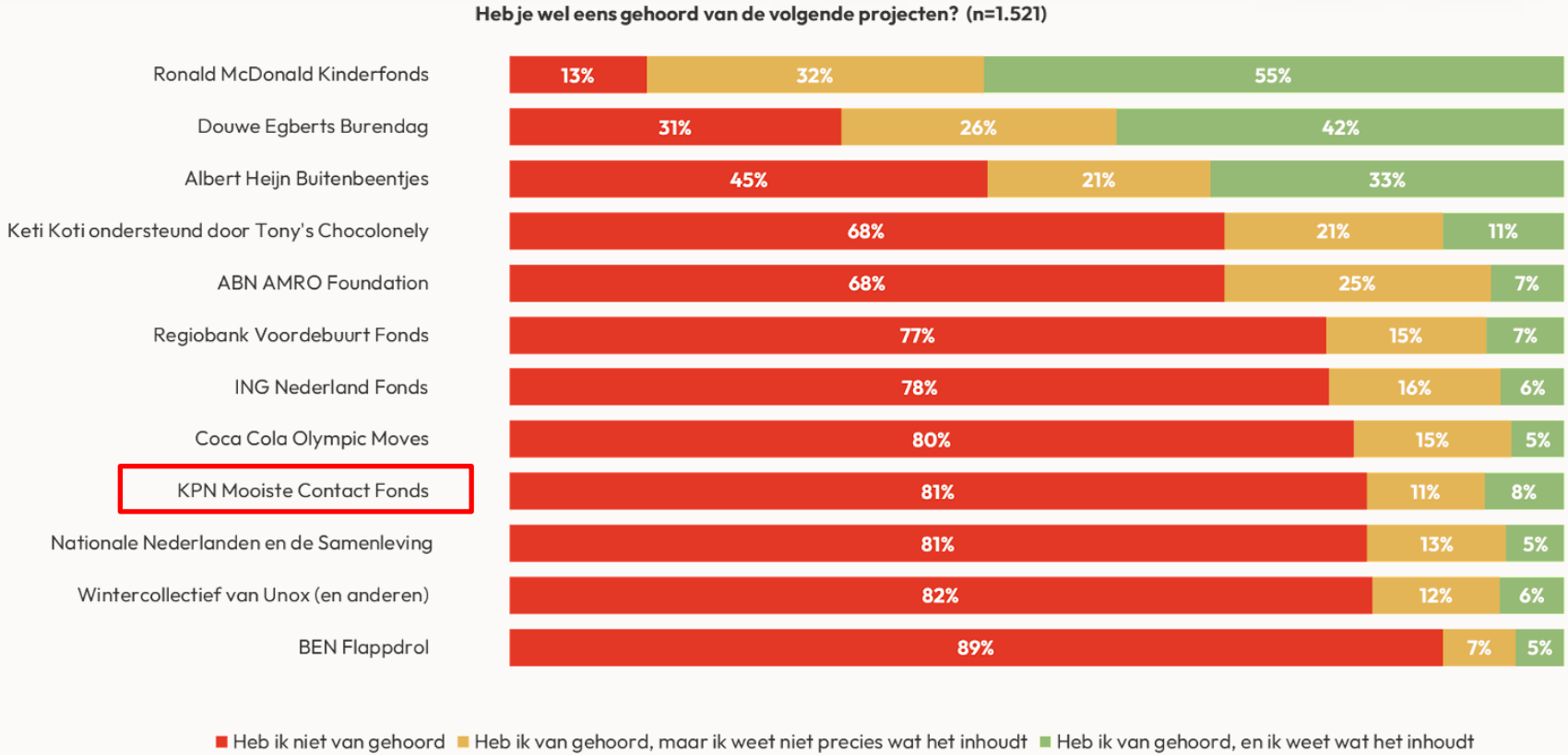
Overheid	**72%**
Politiek	**69%**
Bedrijven	**69%**
Burgers / Consumenten	**56%**
Ikzelf	**46%**
Maatschappelijke organisaties en goede doelen	**50%**

Binnen of buiten de organisatie?

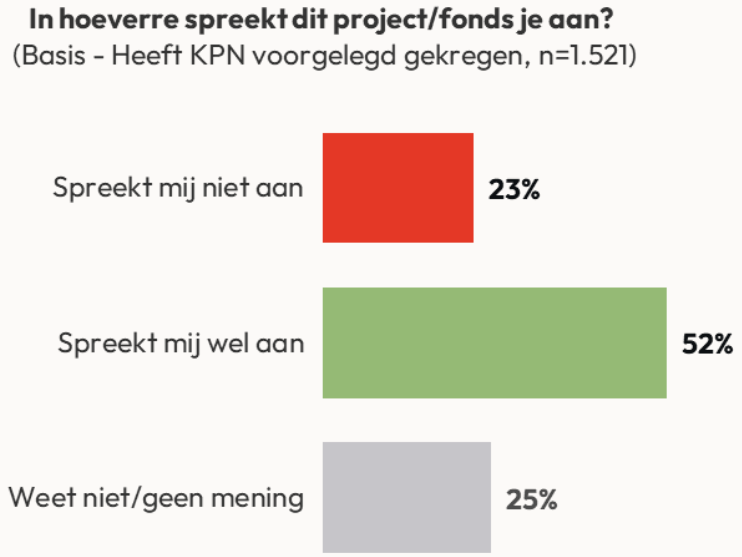
	In (zeer) grote mate
Verantwoord omgaan met mens, maatschappij en milieu ***binnen de organisatie*** bij het maken van producten en het leveren van diensten	62%
Bijdragen aan het oplossen van problemen op het gebied van mens, maatschappij en milieu ***buiten de organisatie*** zelf	42%

Case: KPN MCF

Bekendheid Mooiste Contactfonds is relatief laag



MCF is een mooi initiatief



Ze kunnen zoveel meer organiseren en doen. Dit is om klantjes te winnen
De klant betaalt
Onbekend maakt onbemind. Het is te vaag om goed te kunnen beoordelen.
KPN is geen liefdadigheidsorganisatie, ergens zal het vast wel weer over geld verdienen gaan.

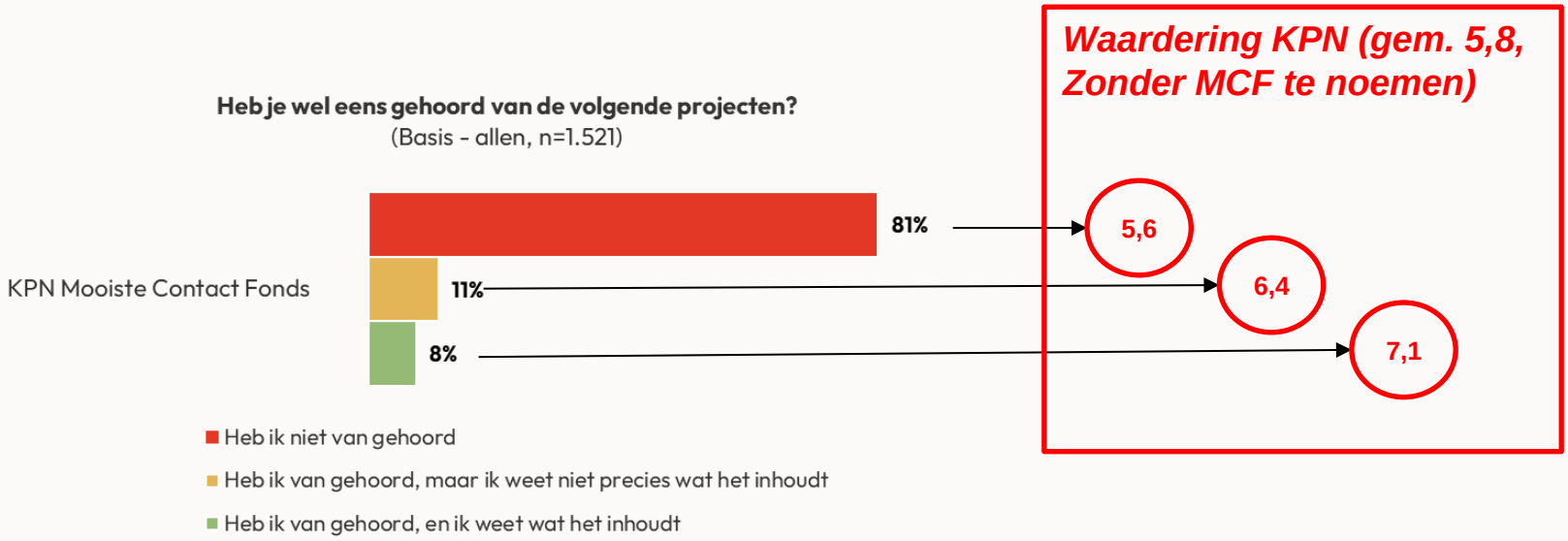
Dat eenzame mensen toch contact krijgen met medemensen
Dat het maatschappelijke aspect goed aansluit bij de diensten die KPN levert
Het past bij KPN en het gaat vereenzaming van bijvoorbeeld ouderen tegen.

50% vindt MCF belangrijk

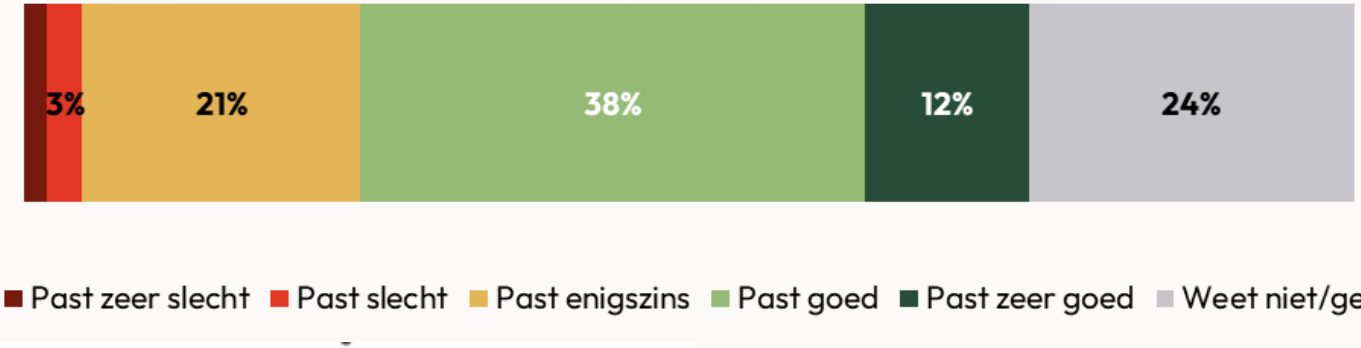
In hoeverre vind je het belangrijk dat dit project/fonds er is? (Basis - Heeft KPN voorgelegd gekregen, n=1.521)

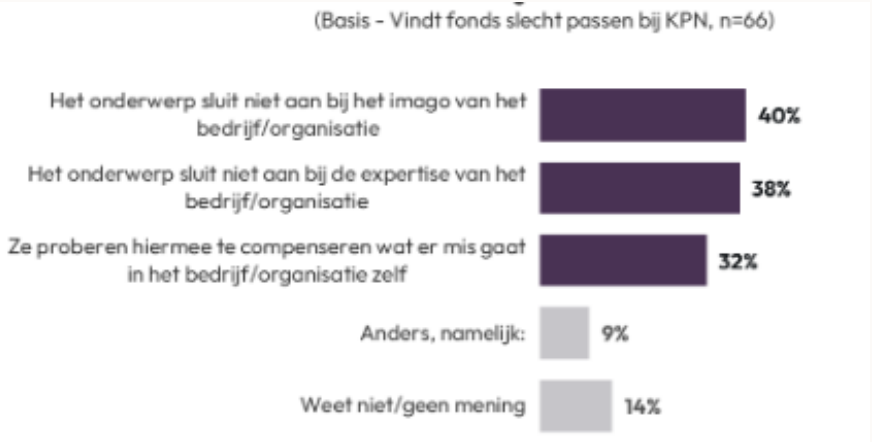
- Zeer onbelangrijk
- Onbelangrijk
- Niet belangrijk, niet onbelangrijk
- Belangrijk
- Zeer belangrijk
- Weet niet/geen mening

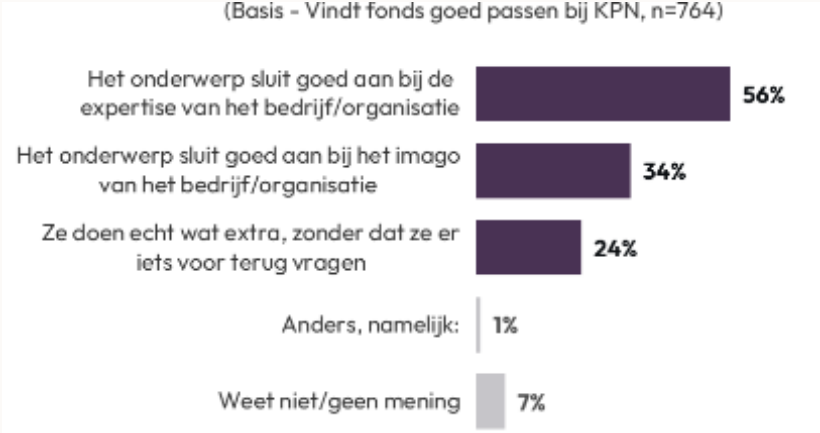
Bekendheid MCF gaat samen met hogere waardering



50% vindt MCF passen bij KPN

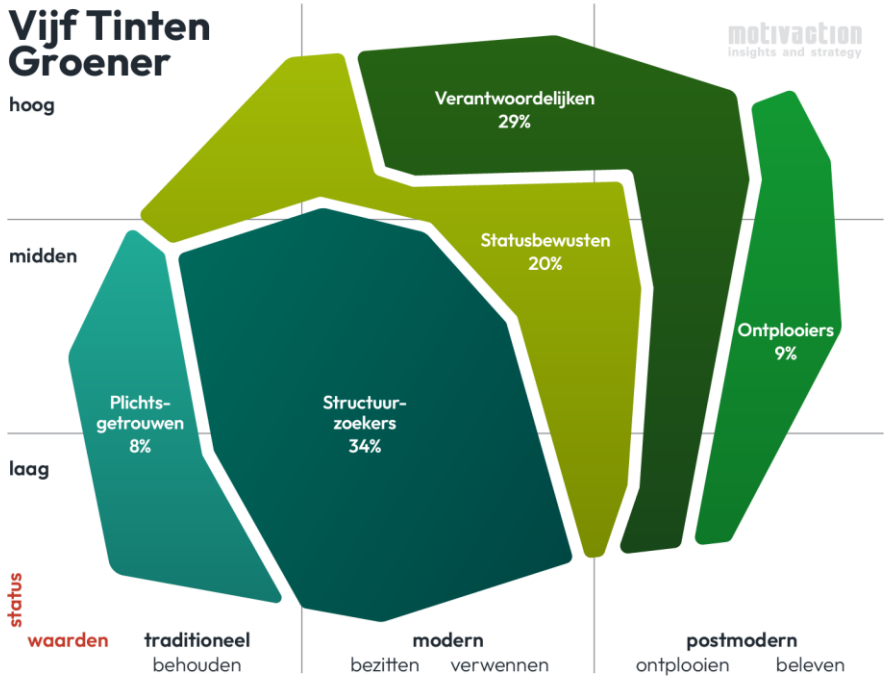






Met iedereen?
hnh x motivaction

Vijf Tinten Groener



Plichtsgetrouwen

Structuurzoekers

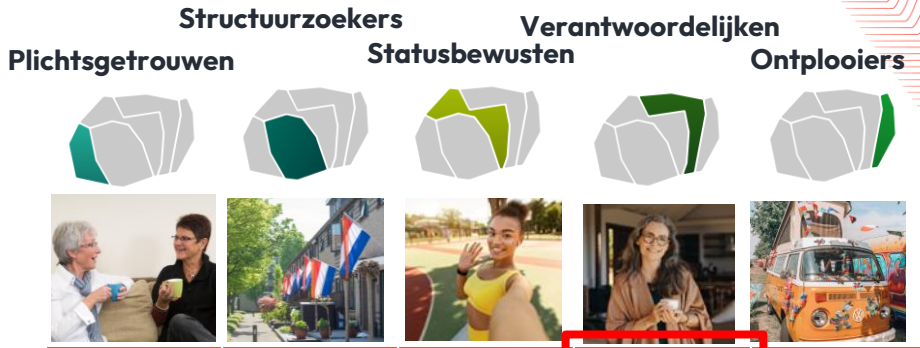
Statusbewusten

Verantwoordelijken

Ontplooiers

	Plichtsgetrouwen	Structuurzoekers	Statusbewusten	Verantwoordelijken	Ontplooiers
Mens	66%	66%	59%	43%	54%
Maatschappij	14%	14%	23%	21%	16%
Milileu	11%	8%	14%	32%	20%
Zou je vaker MVO producten willen kopen?	73%	51%	67%	90%	71%

Wat moeten bedrijven doen



	Plichtsgetrouwen	Structuurzoekers	Statusbewusten	Verantwoordelijken	Ontplooiers
Een goede werkgever zijn en zorgen voor een gezonde werkomgeving, goed salaris en gelijke kansen in het bedrijf	39%	32%	27%	46%	24%
Belasting betalen conform de regels en in het land waar ze actief zijn	39%	31%	33%	45%	37%
Het recyclen van producten	39%	10%	30%	44%	29%
Transparant communiceren over hun doelstellingen	36%	21%	24%	42%	26%
De eigen organisatie verduurzamen	25%	13%	20%	41%	30%
Hun industrie helpen verduurzamen	25%	13%	20%	41%	30%
Het verkopen van producten en diensten die klanten helpen klimaatschade te compenseren	28%	11%	22%	40%	12%
Streven naar gezonde en vitale medewerkers	38%	25%	31%	38%	31%
Zorgen dat salarissen en bonussen voor de top passen bij wat de rest van de werknemers verdienen	47%	28%	19%	38%	33%
Het hebben van een duurzame bedrijfsvoering	12%	8%	22%	36%	14%
Inkopen bij bedrijven die garanderen dat ze goed omgaan met hun werknemers	21%	17%	17%	35%	9%
Inkopen tegen eerlijke prijzen zodat leveranciers goed kunnen rondkomen	32%	11%	14%	34%	11%
Duurzaam geproduceerde grondstoffen en goederen inkopen	19%	8%	14%	34%	12%
Duidelijk stelling durven te nemen tegen sociaal onrecht en andere misstanden, ook als dat andere mensen boos maakt	20%	14%	10%	34%	7%
Vasthouden aan ethische principes, ook als daardoor (op korte termijn) minder winst wordt gemaakt	14%	8%	16%	33%	14%
Samenwerken met overheden om maatschappelijke problemen op te lossen	29%	14%	11%	28%	6%
Zich net zo veel op maatschappelijke doelen richten als op winst maken	20%	9%	10%	26%	7%
Met concrete oplossingen komen voor het oplossen van maatschappelijke problemen	20%	6%	16%	25%	12%
Zoveel mogelijk werken met lokale leveranciers zodat er zo min mogelijk transport is	19%	8%	12%	25%	2%
Een financiële bijdrage doen aan goede doelen	13%	7%	6%	17%	0%

Waar letten ze op

Plichts-getrouwen

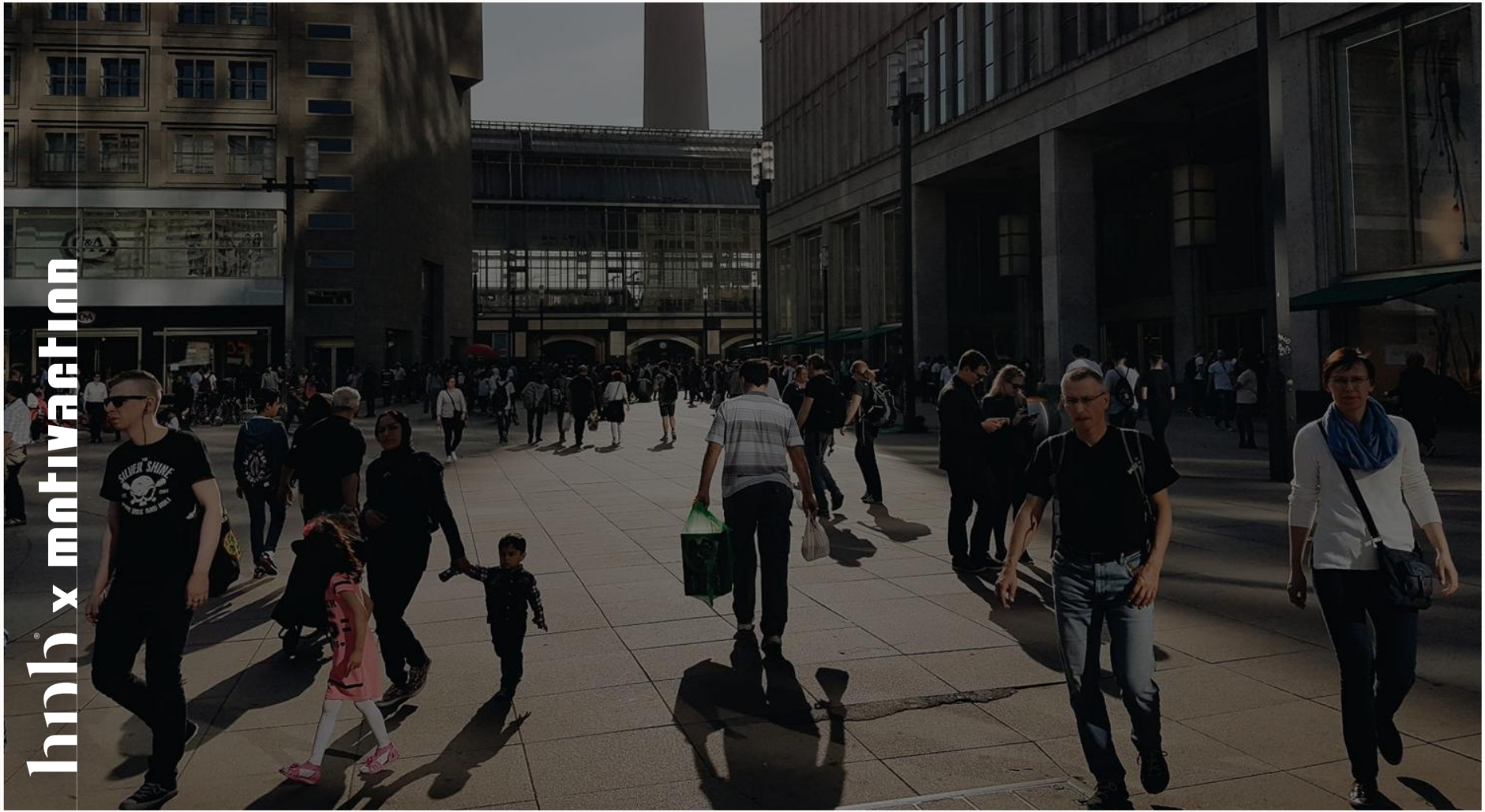
Structuur-zoekers

Status-bewusten

Verantwoor-delijken

Ontplooiers

Kwaliteit	80%	70%	69%	86%	71%
Milieu	25%	13%	29%	56%	26%
Zo goedkoop mogelijk	78%	75%	59%	68%	67%
Zo vernieuwend mogelijk	18%	15%	27%	13%	5%


hnh x motivation

Samenvatting….

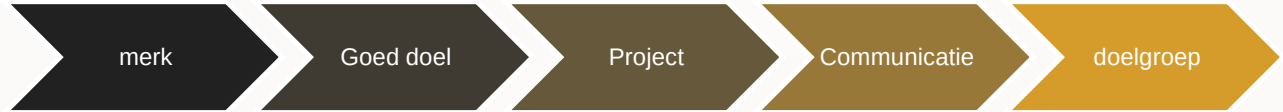
Consumenten hebben behoefte aan MVO

Bedrijfsleven moet zelf aan haar reputatie werken:
- ***Intern (product en medewerkers)***
- ***Extern: relatie met goede doelen (satelliet projecten)***

Goede doelen: zoek een relatie met een merk dat past

….. want merken worden beter beoordeeld door relaties met goede doelen die passen en zinvol zijn

MVO Succes voor bedrijven = (passendheid + relevantie) x geloofwaardigheid



motivaction
insights and strategy

Motivaction

Marnixkade 109,
1015 ZL Amsterdam

+31 20 - 589 83 83
info@motivaction.nl

hpb®

HPB | Het PR Bureau

Danzigerbocht 23,
1013 AM Amsterdam

+31 20 - 670 22 32
info@hetprbureau.nl