

**b-open**

building better brands  
for a better world



# Verduurzamen als je de schijn tegen hebt

door Bart Brüggewirth

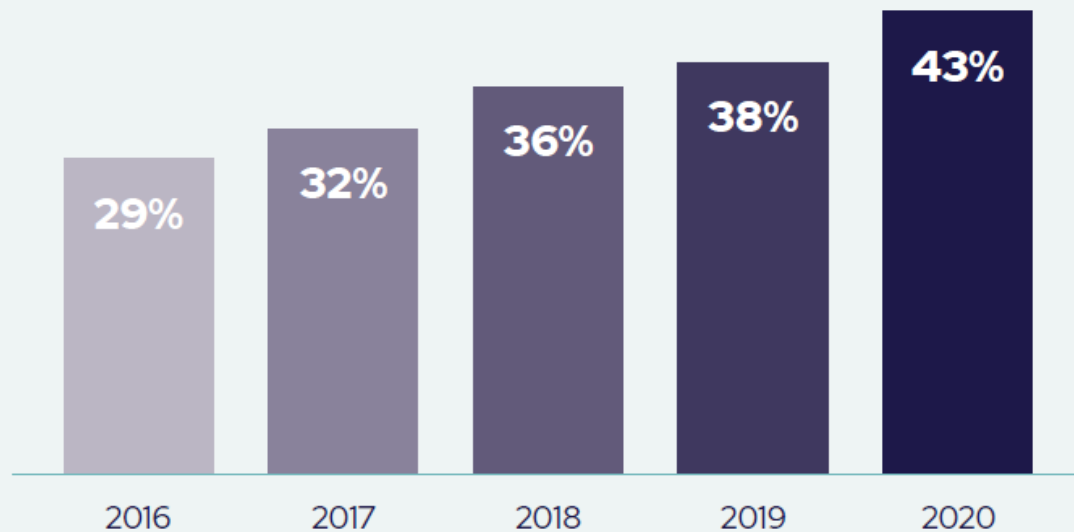
SCRIPPS, 9 maart 2021

# Consument let steeds meer op duurzaamheid bij aankopen



■ % vindt  
duurzaamheid  
belangrijk bij  
aankoop

## Aantal consumenten dat bereid is extra te betalen voor duurzame producten en diensten





monitor  
merk &  
maatschappij

**58%**

Mijn vertrouwen in merken wordt groter als ze laten zien dat ze een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij.



**43%**

Ik wantrouw de claims van 'maatschappelijk verantwoord' of 'duurzaam'.

# De zeven zonden van greenwashing

1. Zonde van het aanbidden van valse labels
2. Zonde van verborgen vervuiling
3. Zonde van geen bewijs
4. Zonde van vaagheid
5. Zonde van irrelevantie
6. Zonde van het minst slechte van het kwade
7. Zonde van het liegen



# Vuistregels Autoriteit Consument & Markt



1. Maak duidelijk welk duurzaamheidsvoordeel het product heeft.
2. Onderbouw uw duurzaamheidsclaims met feiten en houd ze actueel.
3. Vergelijkingen met andere producten, diensten of bedrijven moeten eerlijk zijn.
4. Wees eerlijk en concreet over de duurzaamheidsinspanningen van uw bedrijf.
5. Zorg dat visuele claims en keurmerken behulpzaam zijn voor consumenten en niet verwarrend.

Performance  $\neq$  Perception

# Geloofwaardigheid vergroten

- ✓ Biedt concrete bewijsvoering
- ✓ Hou het simpel, benut keurmerken
- ✓ Biedt relevantie
- ✓ Leg link met eigen identiteit en drijfveren
- ✓ Tone of voice: humbleness en merkfit
- ✓ Doseer



# be the change



[www.b-open.nl/monitor-merk-maatschappij/](http://www.b-open.nl/monitor-merk-maatschappij/)

**b-open**  building better brands  
for a better world

Bart Brüggewirth  
tel. 06 – 14 92 61 53  
[bart@b-open.nl](mailto:bart@b-open.nl)  
[www.b-open.nl](http://www.b-open.nl)

