

## Maatschappelijk Imago Monitor 2020

December 2019

De Maatschappelijk Imago Monitor (MIM) laat zien wat het belang is van de maatschappelijke rol van bedrijven onder het Nederlands publiek. De MIM meet het maatschappelijk imago van bedrijven, maakt duidelijk welke impact maatschappelijke initiatieven hierop hebben en welke rol dit heeft in merkvoorkeur.

U kunt met uw bedrijf participeren in de MIM. Hiermee krijgt u meer grip op het maatschappelijk imago van uw bedrijf en de onderwerpen die hiervoor bepalend zijn. Ook krijgt u zicht op de waardering van uw maatschappelijke initiatieven. De MIM geeft concrete handvatten voor de inrichting en bijsturing hiervan.

Begin 2020 vindt de 11<sup>e</sup> meting plaats. Het onderzoek wordt uitgevoerd door Motivaction in opdracht van This Is Why.

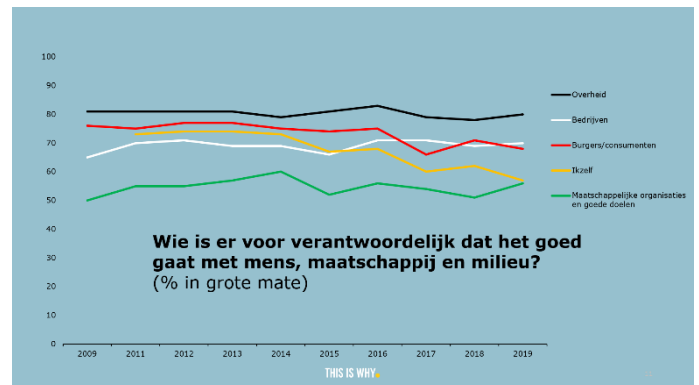
### Opzet onderzoek

De MIM kent een algemeen deel waarin verschillende trends over de afgelopen 11 jaar in beeld worden gebracht. Daarnaast kunt u als participant uw merk en verschillende maatschappelijke activiteiten voorleggen.

#### Algemene trends

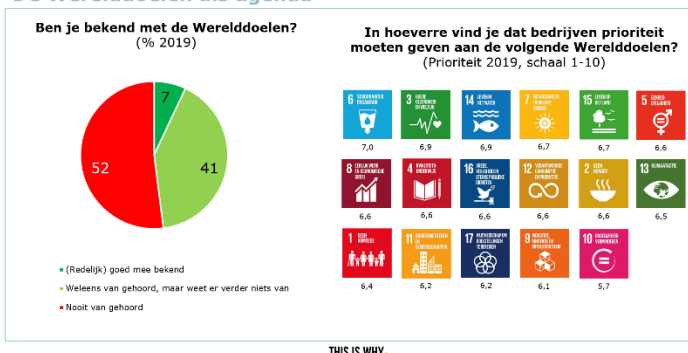
Het onderzoek laat zien welke verwachting de Nederlandse bevolking heeft van de maatschappelijke rol van bedrijven. Daarbij wordt ook duidelijk hoe dat zich verhoudt tot andere spelers in het maatschappelijk veld.

Ook wordt onderzocht hoe belangrijk voor consumenten het maatschappelijk gedrag van bedrijven is in vergelijking met andere aspecten zoals kwaliteit en prijs van producten en diensten. Tevens besteedt de MIM aandacht aan duurzaam consumentengedrag. Vervangen consumenten niet duurzame producten? Wat voor soort producten zijn dat?



Als agenda voor het maatschappelijk handelen van bedrijven onderzoeken we welke Sustainable Development Goals (SDG's) men voor hen het meest belangrijk vindt. De resultaten geven zo meer inzicht in het denken en doen van de consument.

#### De Werelddoelen als agenda



Naast deze 'maatschappelijke lat' brengt de MIM ook in kaart hoe bedrijven volgens het publiek presteren. Het maatschappelijk imago van onder andere de 30 grootste bedrijven van Nederland wordt gemeten.

Vervolgens laten we zien welke maatschappelijke initiatieven op de meeste waardering kunnen rekenen. Daarmee geven we handelingsperspectief voor invulling van de maatschappelijke betekenis van bedrijven.

#### Specifieke resultaten

Door te participeren in de MIM kunt u uw bedrijf en specifieke maatschappelijke activiteiten voorleggen aan de respondenten. De resultaten worden afgezet tegen de algemene trends en de benchmark van andere bedrijven. De mogelijkheden worden hierna toegelicht.

## Uitvoering

De MIM wordt uitgevoerd in samenwerking tussen This Is Why en Motivaction. Het onderzoek vindt online plaats onder een steekproef van respondenten uit het Stempunt-panel van Motivaction die representatief zijn voor de Nederlandse bevolking van 18 tot 70 jaar en bovendien ook zijn te analyseren naar de verschillende Mentality-milieus van Motivaction.

De 11<sup>e</sup> meting vindt in februari 2019 plaats. Vorige metingen vonden plaats in december 2009, januari 2011 en van 2012 tot en met 2019 in de maand februari.

## **Participeren**

Er zijn meerdere modules voor participatie in de MIM. Module 1 is daarbij verplicht, de andere modules zijn optioneel. De specifieke vragen over uw bedrijf worden voorgelegd aan minstens 500 respondenten. Alle genoemde prijzen zijn exclusief BTW;

### 1. Maatschappelijk imago

Deze module houdt het volgende in;

- Presentatie van het algemene (Powerpoint) rapport, waarin de trends van de 11 metingen zichtbaar worden.
- Maatschappelijk imago score van uw bedrijf/merk plus 4 concurrenten. Dit tegenover een benchmark van de 30 grootste bedrijven van Nederland.
  - o De score wordt weergegeven in een rapportcijfer.
  - o Uitsplitsingen naar geslacht, opleiding, leeftijd en Mentality-milieu waar relevant.

De kosten voor deze module bedragen **€ 3.000,-**. Alle andere modules kunnen alleen worden afgenomen in combinatie met deze module.

### 2. MBO case

Deze module houdt het volgende in;

- Geholpen bekendheid van uw bedrijf/merk plus 4 concurrenten op de vraag of het bedrijf aan Maatschappelijk Betrokken Ondernemen (MBO) doet.
- Score van een eigen MBO case, zoals een corporate foundation of samenwerking met een goed doel;
  - o Bekendheid (geholpen).
  - o Passendheid bij het bedrijf, inclusief redenen.
  - o Aansprekendheid, inclusief redenen.
  - o Waardering (rapportcijfer).
- Vergelijking van de imagoscore van het bedrijf/merk met en zonder confrontatie met de MBO case als indicatie van de potentie ervan voor het imago.
- NB. We meten ook het effect van de case op de eventuele maatschappelijk partner, mits deze partner een zekere bekendheid onder het Nederlands publiek heeft.

De kosten per MBO case bedragen **€ 1.250,-**. Het is mogelijk om meerdere cases per bedrijf naast elkaar te laten meten. Daarbij is het dan zo dat respondenten slechts één case per bedrijf te zien krijgen, waardoor er een objectieve vergelijking tussen MBO cases mogelijk is.

### 3. MVO case

De vraagstelling en analyse van de MVO case is in hoofdlijnen gelijk aan die van de MBO cases;

- Bekendheid (geholpen).
- Passendheid bij bedrijf, inclusief redenen.
- Aansprekendheid, inclusief redenen.
- Waardering (rapportcijfer).
- Vergelijking van de imagoscore van het bedrijf/merk met en zonder confrontatie met de MVO case als indicatie van de potentie ervan voor het imago.

Ook bij de MVO case geldt dat respondenten slechts één case per bedrijf te zien krijgen. Hierdoor is de vergelijking tussen verschillende soorten cases per bedrijf goed mogelijk.

# THIS IS WHY.

Indien er zowel MVO als MBO cases van hetzelfde bedrijf worden gemeten, vergelijken we de resultaten.

De kosten per MVO case zijn **€ 1.250,-**. Het is mogelijk om meerdere cases per bedrijf te meten.

## 4. Imagodriv ers

In deze module maken we de *drivers* van het maatschappelijk imago van een specifiek merk zichtbaar;

- Aan de respondenten worden drivers voorgelegd die een verdieping en verklaring geven voor het maatschappelijk imago rapportcijfer van het merk. De drivers luiden als volgt;
  - o ... heeft producten en diensten die schadelijk zijn voor natuur en milieu
  - o ... probeert zo min mogelijk schade toe te brengen aan natuur en milieu
  - o ... heeft producten en diensten die gezond zijn voor de mens
  - o ... houdt rekening met de belangen van mensen
  - o ... lijkt mij goed voor haar medewerkers
  - o ... lijkt mij sterk gericht op winst en bonussen
  - o ... is eerlijk en open
  - o ... zet zich in voor de samenleving door maatschappelijke organisaties en goede doelen te ondersteunen met geld, producten, diensten of mensen
- Op basis van een regressie analyse wordt het effect van de verschillende drivers voor het merk vastgesteld. Hierdoor wordt duidelijk welke het meest bepalend zijn voor het maatschappelijk imago.
- Iedere driver wordt gecombineerd met een open vraag waarin toelichting wordt gevraagd op het gegeven antwoord.

De kosten voor deze module bedragen **€ 2.000,-**.

## 5. Merkvoorkeur

In deze module meten we de merkvoorkeur die men heeft voor uw merk en wordt middels een regressie analyse onderzocht in welke mate deze merkvoorkeur voortkomt uit het maatschappelijk imago. Dit wordt daarbij afgezet tegen de andere verklarende factoren kwaliteit, prijs, vernieuwing en bekendheid. Daarnaast wordt het profiel gegeven van de doelgroep die het maatschappelijk imago het sterkst laat meewegen in hun voorkeur. Hiermee wordt extra inzicht verkregen in het belang van het maatschappelijk imago in de mate waarin (potentiële) klanten voor u kiezen.

De kosten voor deze module bedragen **€ 1.250,-**.

## 6. SDG

Met deze module meten we zowel het belang als de (gepercipiëerde) prestatie van uw bedrijf op de SDG's.

- Belang: we laten respondenten aangeven in hoeverre ze het belangrijk vinden dat uw bedrijf aandacht aan deze doelen besteedt. Hiermee geven we input voor een materialiteitsanalyse binnen uw MVO beleid.
- Prestatie: we laten respondenten aangeven in welke mate zij vinden dat uw bedrijf bijdraagt aan het realiseren van deze doelen. Daarmee krijgt u nog meer grip op uw maatschappelijk imago.

De kosten voor deze module bedragen **€ 1.500,-**.

## 7. Aanvullende mogelijkheden

Naast de genoemde modules is het ook mogelijk specifieke vragen aan het onderzoek toe te voegen. Hierover maken we afspraken op maat.

# THIS IS WHY.

## **Planning**

U kunt uw deelname kenbaar maken door het invullen en terugsturen van het bijgaande formulier.

- |                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| - Bevestiging deelname   | 10 januari 2020  |
| - Aanleveren case        | 24 januari 2019  |
| - Veldwerk               | Februari 2019    |
| - Presentatie resultaten | Vanaf april 2019 |

NB. Afhankelijk van de uitkomsten zal er in maart of begin april een persbericht naar buiten worden gebracht. Dit is gebaseerd op algemene resultaten. Eventuele specifieke resultaten van bedrijven worden alleen na overleg met de betreffende deelnemer naar buiten gebracht.

## **Contact**

Meer weten over deelname en aanvullende mogelijkheden?

Bas van Haastrecht, 06-51851058, [bas@thisiswhy.nl](mailto:bas@thisiswhy.nl)

