

## OP CAMPAGNE

# 'De calvinisten zijn ineens blij'

Annemieke Kievit (38), Edelman

— *Het bedrijfsleven herstelt wereldwijd weer van de vertrouwensbreuk door de bedrijfschandalen, zo blijkt uit jullie jaarlijkse vertrouwensbarometer. Is dat in Nederland ook zo?*

'Dat is niet te zeggen, want het onderzoek wordt dit jaar voor het eerst, naast 17 andere landen, ook in Nederland gehouden. Wel is duidelijk dat hier het vertrouwen in alle instituties heel erg hoog is. Het bedrijfsleven krijgt in Nederland vertrouwen van 60%, in Europa is dat 45%. De calvinisten zijn blij geworden.'

— *Het vertrouwen lijkt te verschuiven van de politici, intellectuelen en topverdieners naar bedrijven en non-gouvernementele organisaties.*

'Het vertrouwen in de overheid is wereldwijd enorm gedaald, met name in de VS en Engeland. In Engeland is het 16%, terwijl het in Nederland 66% is. De hoogste score, op China na.'

— *Vooraf Amerikaanse merken lijken een imago probleem te hebben in Europa.*

'Dat klopt. Amerikaanse voedingsbedrijven hebben in Europa bijvoorbeeld 36% minder vertrouwen dan in Amerika. Financiële bedrijven zitten juist in de plus. Bij fastfood is dit "vertrouwenstekort" veel kleiner. McDonald's heeft de grootste klap gehad met de film *Supersize Me*. Opmerkelijk is dat Europese merken in Ameri-

ka juist meer vertrouwen genieten dan in Europa zelf.'

— *Toch blijft er een diep wantrouwen tegen ceo's. Van de Amerikanen vertrouwt 22% de leiders van bedrijven — een dieptepunt.*

'In Europa is dat zelfs maar 20%. De eigen ceo, hebben we dit jaar voor het eerst onderzocht, scoort wel iets beter. De ceo bungelt onderaan als je vraagt naar meest betrouwbare informatiebronnen. Nog slechter scoren bloggers en pr-mensen. Het beste scoren, net als vorig jaar, mensen zoals jijzelf. In tegenstelling tot de mondiale trend daalt het vertrouwen in het bedrijfsleven in Europa.'

— *Wat kunnen bedrijven doen om het vertrouwen wat op te vijzelen?*

'De sleutel tot vertrouwen is in Nederland de kwaliteit van de producten én maatschappelijk verantwoord ondernemen. Nederland is het enige land waar duurzaam ondernemen op een gedeelde eerste plaats staat.'

— *Nederlanders zijn ook meer dan welk ander land bereid om meer te betalen als ze een bedrijf verantwoord vinden opereren.*

'En omgekeerd: ze zeggen niet te willen kopen als bedrijven niet fatsoenlijk ondernemen. Ze zijn ook bereid om de kritiek te verspreiden en niet in die bedrijven te investeren.'

RICHARD SMIT



Publicatie : Het Financieele Dagblad

Datum : 31/01/2007

Pagina : 7

Oplage : 55.942  
Frequentie : dagelijks

Advertentiewaarde : € 2372,20  
Regio : landelijk

---

