

Rapport

KLIMAATVERANDERING & NEDERLANDSE MULTINATIONALS

Milieudefensie

April 2018

COLOFON

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede

Rapportnummer

2018/ 46

Datum

April 2018

Opdrachtgever

Milieudefensie

Auteurs

Nora Löb
Peter Kanne

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever.

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	5
2. Belangrijkste uitkomsten	7
3. Klimaatverandering	10
3.1 Nederlanders bezorgd over klimaatverandering	10
3.2 Bijna unanimititeit over relatie menselijk handelen en klimaatverandering.....	10
3.3 Nederlanders op de hoogte van klimaatakkoord	11
4. Verantwoordelijkheid en maatregelen klimaatverandering	13
4.1 Overheid als eerste aan zet om klimaatverandering tegen te gaan.....	13
4.2 Ook bedrijven moeten zich houden aan klimaatakkoord	14
4.3 De vervuiler moet betalen	15
4.4 Draagvlak voor afdwingen verduurzaming via rechter	16
4.5 Olie- en gasbedrijven moeten meer doen om klimaatverandering tegen te gaan	16
5. Imago van Nederlandse Multinationals bedrijven	18
5.1 Bijna driekwart positief over internationale bedrijven in Nederland	18
5.2 Meeste multinationals bekend bij Nederlanders	18
5.3 Shell gezien als meest vervuilend en meest invloed op regeringsbeleid;	19
5.4 Aandeel duurzame productie moeilijk in te schatten voor Nederlanders	20
5.5 Weinig vertrouwen in duurzame productie Shell	21
Bijlage 1	24
Bijlage 2	26
Bijlage 3	34



1

HOOFDSTUK

Inleiding



1. Inleiding

Aanleiding onderzoek

Milieudefensie werkt sinds 1971 aan een duurzaam en eerlijk Nederland. Milieudefensie laat zien welke gevolgen de huidige productie en consumptie wereldwijd hebben. Ze wil een omslag naar een meer duurzame en rechtvaardige wereld. Dit wil Milieudefensie bewerkstelligen door, samen met de burgers, een beroep te doen op bedrijven en overheden.

Doel van het onderzoek

Milieudefensie spreekt bedrijven aan op hun (internationale) verantwoordelijkheid om te verduurzamen. Dit onderzoek geeft inzicht in:

- Hoe Nederlanders denken over klimaatverandering en de verantwoordelijkheid van (grote) bedrijven voor het ontstaan van klimaatverandering en het aanpakken ervan.
- In hoeverre Nederlanders het nemen van juridische stappen tegen dit soort bedrijven een goede actievorm vinden.
- Wat het imago van de grootste Nederlandse bedrijven is. En dat van de olieproducent in het bijzonder.

Onderzoeksaanpak

Van 6 december tot 27 december (2017) is een online onderzoek uitgevoerd. Voor de dataverzameling is gebruik gemaakt van het I&O Research Panel. Het I&O Research Panel is geworven op basis van aselechte personen- en huishoudensteekproeven (geen zelfaanmelding). De respondenten hebben geen financiële vergoeding gehad voor hun aanmelding voor het panel. Ook voor deelname aan dit onderzoek kregen respondenten geen vergoeding. Aanvullend werd gebruik gemaakt van Panelclix. De totale – disproportioneel getrokken – steekproef is gewogen en daarmee representatief voor de Nederlandse bevolking op deze kenmerken.

In totaal zijn 9.818 deelnemers van het I&O Research Panel benaderd en hebben 3.915 respondenten de online enquête ingevuld (waarvan 177 van Panelclix). Dit is een respons van 40%. Bij de uitnodiging is respondenten niet verteld wie de opdrachtgever was, de naam Milieudefensie is niet genoemd. De titel was 'Multinationals' en in de uitnodiging stond: 'Dit onderzoek gaat over klimaatverandering en grote internationale bedrijven.'

Weging

De resultaten zijn gewogen op geslacht, leeftijd, provincie en politieke stemgedrag bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2017 (TK 2017). De onderzoeksresultaten zijn na herweging representatief voor Nederlanders van 18 jaar en ouder voor wat betreft deze achtergrondkenmerken. Indien de percentages niet optellen tot 100 procent, is dit het gevolg van afrondingsverschillen.

Leeswijzer

De verschillende onderzoeksvragen worden in twee hoofdstukken behandeld. In hoofdstuk 2 worden de belangrijkste bevindingen beschreven (samenvatting). In hoofdstuk 3 wordt besproken hoe Nederlanders aankijken tegen klimaatverandering en wat ze weten van het klimaatakkoord van Parijs. In hoofdstuk 4 bespreken we wie er verantwoordelijk is voor de aanpak van klimaatverandering en op welke manieren dit bewerkstelligd kan worden. In hoofdstuk 5 wordt besproken wat het imago van de grootste Nederlandse bedrijven onder de Nederlandse bevolking is. Er wordt gerichte aandacht besteed aan de mate waarin Nederlanders menen dat de bedrijven duurzaam produceren. Daarnaast wordt er specifiek gefocust op het imago van een Nederlandse olieproducent.



2

HOOFDSTUK

Belangrijkste uitkomsten



2. Belangrijkste uitkomsten

Zorgen om klimaatverandering

Acht op de tien Nederlanders maken zich zorgen over de klimaatverandering. Eén op de drie zelfs 'veel zorgen'.

Bijna unanimiteit over relatie menselijk handelen en klimaatverandering

Bijna niemand is het eens met de stelling 'Klimaatverandering komt niet door menselijk handelen, er is dus ook niet zoveel aan te doen'. Ruim driekwart (78%) is het er mee oneens, zes procent is het er wel mee eens.

Grote bekendheid met klimaatakkoord

Bijna alle Nederlanders (95%) zijn bekend met het klimaatakkoord van Parijs. De bekendheid met de inhoud is echter lager: 28 procent zegt ook inhoudelijk op de hoogte te zijn. 67 procent weet dat het akkoord gesloten is, maar is inhoudelijk niet (goed) op de hoogte.

Maatregelen tegen landen die afspraken klimaatakkoord schenden

De meerderheid van de Nederlanders vindt dat landen die het klimaatakkoord hebben ondertekend, zich hier ook aan moeten houden en als ze dat niet doen moeten er maatregelen worden genomen. Deze maatregelen worden vooral gezocht in juridische en financiële sancties, het belonen van landen die het wel goed doen en het ondersteunen van landen die problemen ervaren. Maar men ziet ook dat het lastig is: 'Dat is het probleem waar de onderhandelaars ook mee worstelen, er is niet zomaar een middel om ze te dwingen.'

Ook bedrijven moeten zich houden aan klimaatakkoord

Een vergelijkbaar beeld zien we als gevraagd wordt of ook *grote bedrijven* zich aan deze afspraken moeten houden. Negen op de tien Nederlanders vinden dat dat moet en als ze dat niet doen vindt 89% van hen (81% van het totaal) dat ook tegen deze bedrijven deze maatregelen getroffen moeten worden. Uiteenlopend van nieuwe wetgeving, het uitdelen van boetes en het geven van financiële voordelen aan bedrijven die wel milieuvriendelijk werken. Een respondent: 'Allereerst moet de wetgeving op het gebied van klimaatbeheersing - in het ideale geval wereldwijd - op orde worden gebracht. Pas dan kunnen overtreders adequaat aangepakt worden.'

Overheid als eerste aan zet om klimaatverandering tegen te gaan, daarna bedrijfsleven

Wie zou het meest moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan: bedrijven, de overheid of burgers? De helft van de Nederlanders kijkt in eerste instantie naar de *overheid*, een derde naar de *bedrijven* en slechts 13% naar zichzelf (de *burgers*).

De vervuiler moet betalen

Bijna negen op de tien Nederlanders vindt dat grote, internationale bedrijven die het milieu vervuilen, daarvoor moeten betalen. Verder meent ruim de helft dat deze bedrijven meer actie moeten ondernemen dan burgers en overheden om klimaatverandering te stoppen en dat het terecht is dat zij de schuld krijgen van de klimaatverandering (46%). Volgens Nederlanders pakken de grote, internationale bedrijven nog te weinig hun rol in de aanpak van het klimaatprobleem: slechts zes procent denkt dat de bedrijven alles doen om te verduurzamen, tegenover 62 procent die deze mening niet deelt.



Imago Nederlandse multinationals

Zeven op de tien Nederlanders staan tamelijk tot zeer positief tegenover de grote, internationale bedrijven in Nederland. We legden deelnemers aan het onderzoek de dertig grootste Nederlandse multinationals voor¹ met de vraag op welke men trots is, waarvoor men schaamt, welke volgens de respondent het meest vervuilend of duurzaam zijn, welke bedrijven het meest invloed hebben op het regeringsbeleid. Let wel, het betreft hier de weergave van het *beeld* dat Nederlanders hebben bij deze bedrijven.

Nederlanders trots op Philips, Heineken en KLM

Op de vraag waar Nederlanders **trots** op zijn komen Philips (20%), Heineken (17%) en KLM (16%) het meest voor.² Een derde is op geen enkel bedrijf trots.

Nederlanders schamen zich het meest voor Shell

Veel Nederlanders **schamen** zich voor geen enkel bedrijf, maar als ze zich ergens voor schamen worden Shell (19%) en ABN AMRO (7%) het vaakst genoemd.

Meest duurzaam: Friesland Campina

Op de vraag welk bedrijf het meest duurzaam is, moet 80% het antwoord schuldig blijven. Als er bedrijven genoemd worden zijn dat Friesland Campina (8%) en Rabobank (7%).

Meest vervuilend: Shell

Shell (52%) wordt het vaakst genoemd op de vraag naar het **meest vervuilende** bedrijf, gevolgd door AkzoNobel (23%), KLM (23%) en DSM (20%). Bijna de helft (47%) weet het niet.

Meeste invloed op het regeringsbeleid: Shell, Unilever, KLM en ABN AMRO

Ook als bedrijf dat het meeste **invloed** op het **regeringsbeleid** heeft wordt Shell (51%) het vaakst genoemd, gevolgd door Unilever (26%), KLM (19%) en ABN AMRO (18%).

¹ We legden de dertig –naar omzet– grootste Nederlandse bedrijven uit Elsevier Top 500 Nederlandse bedrijven 2016 voor. Zie bijlage 1

² Nederlanders vinden het lastig om te bepalen op welke bedrijven zij trots zijn, zich schamen etc.

3

HOOFDSTUK

Klimaatverandering



3. Klimaatverandering

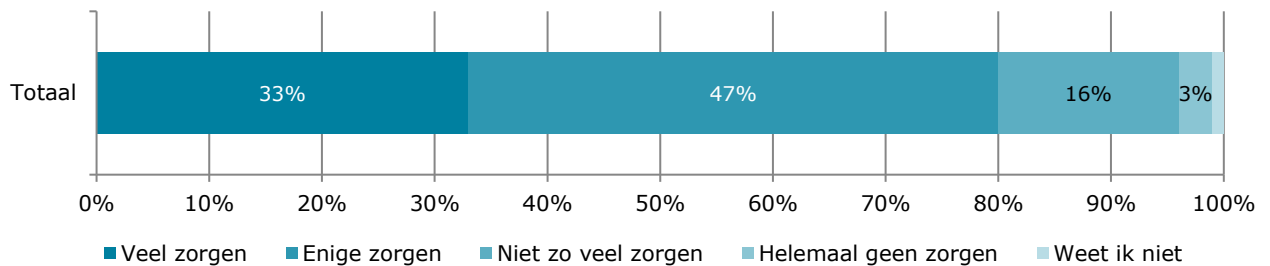
In dit hoofdstuk wordt besproken hoe Nederlanders aankijken tegen klimaatverandering en wat ze weten van het klimaatakkoord van Parijs.

3.1 Nederlanders bezorgd over klimaatverandering

Vier op de vijf Nederlanders maken zich enige tot veel zorgen over klimaatverandering (figuur 3.1). Zestien procent zeggen zich helemaal geen zorgen te maken.

Figuur 3.1

In hoeverre bent u bezorgd over klimaatverandering? (n_{totaal}=3.915)

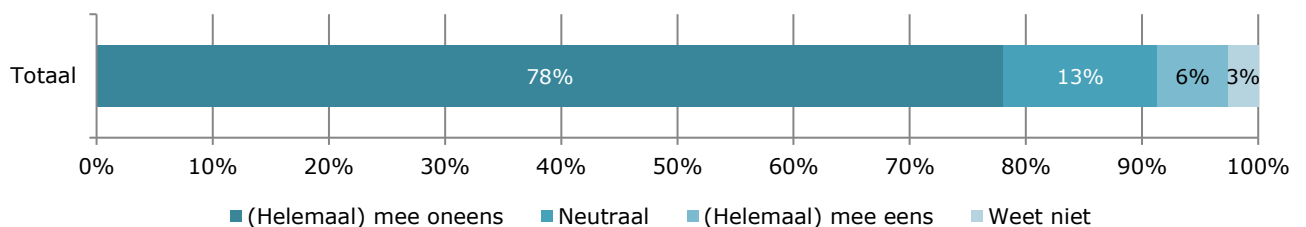


3.2 Bijna unanimitieit over relatie menselijk handelen en klimaatverandering

Met de stelling 'Klimaatverandering komt niet door menselijk handelen, er is dus ook niet zoveel aan te doen' is ruim driekwart van de Nederlanders het niet eens (figuur 3.2). Zes procent is het wel met deze stelling eens.

Figuur 3.2

Stelling: 'Klimaatverandering komt niet door menselijk handelen, er is dus ook niet zoveel aan te doen', (n_{totaal}=3.915)

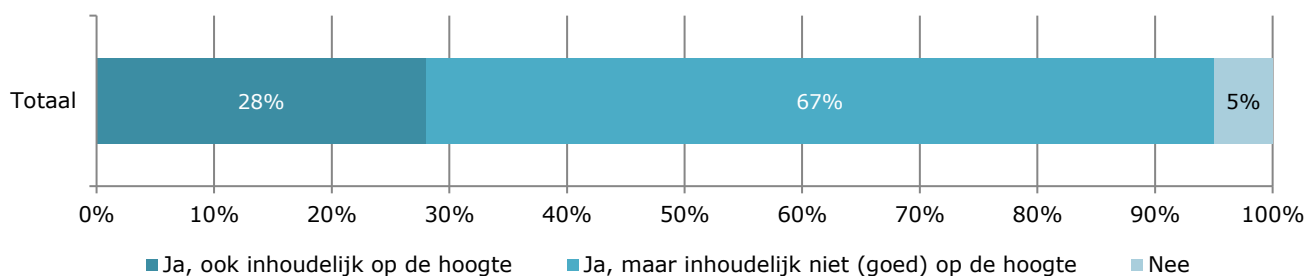


3.3 Nederlanders op de hoogte van klimaatakkoord

Eind 2015 sloten alle leden van de Verenigde Naties in Parijs een klimaatakkoord om klimaatverandering tegen te gaan. Alle landen hebben toegezegd hieraan te werken. Ook de Nederlandse regering zet hierin het regeerakkoord op in. Bijna alle Nederlanders (95 procent) zijn bekend met het bestaan van het klimaatakkoord van Parijs. De bekendheid met de inhoud is echter veel lager: 28 procent is inhoudelijk op de hoogte (figuur 3.3).

Figuur 3.3

Was u – voordat u deze enquête kreeg – bekend met het klimaatakkoord van Parijs? (n_{totaal}=3.915)



4

HOOFDSTUK

Verantwoordelijkheid en maatregelen klimaatakkoord



4. Verantwoordelijkheid en maatregelen klimaatverandering

In dit hoofdstuk bespreken we wie er verantwoordelijk is voor de aanpak van klimaatverandering en manieren om dit te bewerkstelligen.

4.1 Overheid als eerste aan zet om klimaatverandering tegen te gaan

In dit onderzoek vroegen we 'wie of welke groep het meest zou moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan': bedrijven, de overheid of consumenten/burgers zelf³. De helft van de Nederlanders kijkt in eerste instantie naar de *overheid*, een derde naar de *bedrijven* en slechts 13 procent naar *zichzelf* (de *burgers*). Stellen we de vraag nog eens dan liggen de verhoudingen andersom: iets meer dan de helft (52%) noemt dan de bedrijven, 28 procent de overheid. Bij elkaar opgeteld: bedrijven 85 procent, overheid 78 procent en burgers 31 procent.

Tabel 4.1

Wie of welke groep zou in Nederland het meest moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan? (n_{totaal}=3.915)

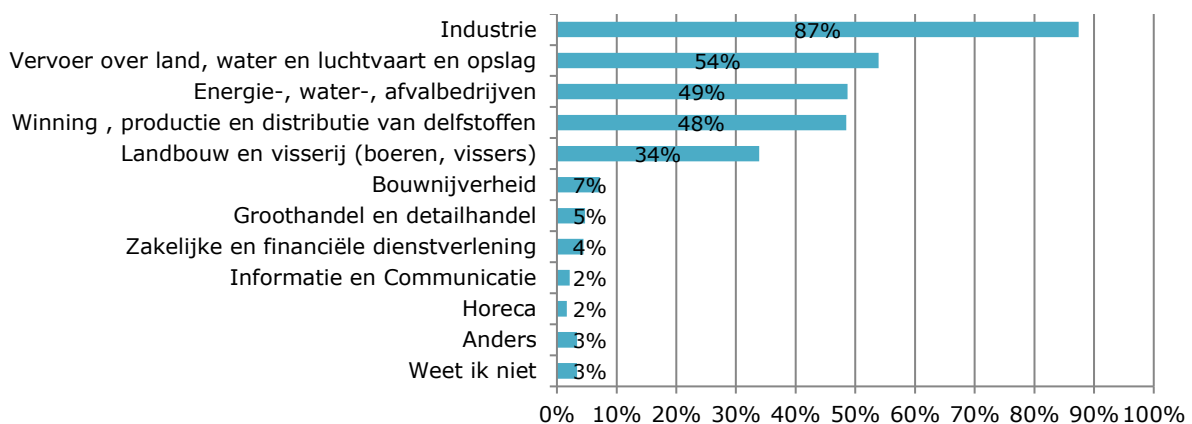
	EERSTE PLAATS	TWEEDE PLAATS	OPTELLING
Bedrijven	33%	52%	85%
Overheid	50%	28%	78%
Consumenten/ Burgers	13%	18%	31%
Weet ik niet	5%	2%	

Industriesector moet grootste bijdrage leveren in aanpak klimaatverandering

Aan de groep respondenten die vindt dat bedrijven het meest moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan, is gevraagd welke bedrijfssectoren de grootste bijdrage zouden moeten leveren. In figuur 4.1 is weergegeven hoe vaak de verschillende sectoren door de respondenten zijn genoemd (men kon drie antwoorden geven). De industrie krijgt de grootste verantwoordelijkheid toebedeeld in het tegengaan van klimaatverandering (87%). Iets meer dan de helft noemt de drie sectoren vervoer en opslag; energie-, water- en afvalbedrijven en winning, productie en distributie van delfstoffen. En een derde noemt de landbouw- en visserijsector.

Figuur 4.1

Welke sector van het bedrijfsleven moet het meest bijdragen om klimaatverandering tegen te gaan? (basis: degenen die eerder 'bedrijven' verantwoordelijkheid toe dichtten; n=1.254)



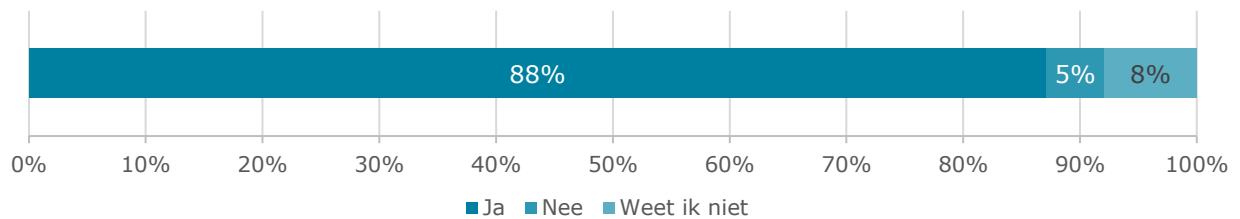
³ In wisselende volgorde voorgelegd.

Meerderheid wil maatregelen tegen landen die zich niet houden aan klimaatakkoord

Het klimaatakkoord is een verbond tussen landen. Aan de respondenten is de vraag voorgelegd of er iets moet gebeuren als landen zich niet aan de afspraken houden. Bijna negen op de tien Nederlanders vinden dat het gevolgen moet hebben als landen zich niet houden aan het klimaatakkoord. De rest is het hier niet mee eens (5%) of weet het niet (8%).

Figuur 4.2

Stel dat landen die het klimaatakkoord van Parijs hebben ondertekend zich niet aan de afspraken houden. Vindt u dat er dan iets aan gedaan moet worden? (n_{totaal}= 3.915)



Aan degenen die vinden dat er iets gedaan moet worden, is gevraagd wat dan. Antwoorden hebben vooral betrekking op het opleggen van juridische en financiële sancties, het belonen van landen die het wel goed doen, en het ondersteunen van landen die problemen ervaren.

Hieronder een greep van de toelichtingen:

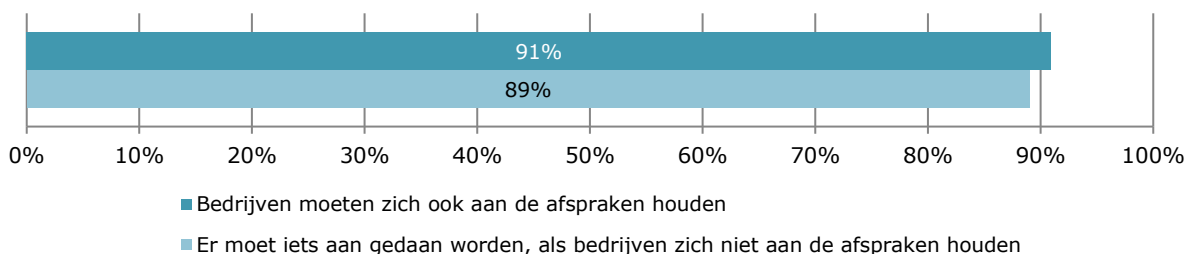
- *'Aan een akkoord dien je je te houden, zo niet dan financiële sancties.'*
- *'Aanspreken en daarna juridische sancties.'*
- *'Dat is het probleem waar de onderhandelaars ook mee worstelen, er is niet zomaar een middel om ze te dwingen.'*
- *'De landen die er wel aan voldoen belonen. Delen van successen en leren van elkaar.'*
- *'De landen die het niet redden helpen met alle mogelijke middelen.'*

4.2 Ook bedrijven moeten zich houden aan klimaatakkoord

De meerderheid van Nederlanders vindt dat landen zich aan het klimaatakkoord moeten houden. Een vergelijkbaar beeld zien we terug als we respondenten de vraag voorleggen of grote bedrijven zich ook aan deze afspraken moeten houden. Negen op de tien Nederlanders vinden dat dat moet en als ze dat niet doen vindt 89% van hen (81% van het totaal) dat ook tegen deze bedrijven deze maatregelen getroffen moeten worden.

Figuur 4.3

Wat vindt u, moeten grote bedrijven zich ook aan deze afspraken houden? En moet er iets aan gedaan worden, als zij zich niet aan de afspraken willen houden? (n_{totaal}=3.915)



Ook aan degenen die vinden dat bedrijven zich moeten houden aan de afspraken uit het klimaatakkoord, is gevraagd wat er moet gebeuren als ze zich hier niet aan houden. De voorgestelde acties lopen sterk uiteen: van het aanpassen van wetgeving, het uitdelen van boetes, tot het geven van financiële voordelen aan bedrijven die wel milieuvriendelijk werken.

Hieronder een greep uit de genoemde toelichtingen.

- 'Aantrekkelijker maken om milieuvriendelijker te werken.'
- 'Boete opleggen en het geld ten goede van het milieu laten komen.'
- 'Allereerst moet de wetgeving op het gebied van klimaatbeheersing - in het ideale geval wereldwijd - op orde worden gebracht. Pas dan kunnen overtreders adequaat aangepakt worden.'
- 'Bekend maken in de kranten, op tv, negatieve publiciteit erover naar buiten brengen.'
- 'Boete. Pak een deel van hun winst af en geef het aan natuur- en milieuorganisaties.'
- 'Boycotten, belasting omhoog, geen zaken meer mee doen.'
- 'Milieubelasting op CO2-uitstoot.'

4.3 De vervuiler moet betalen

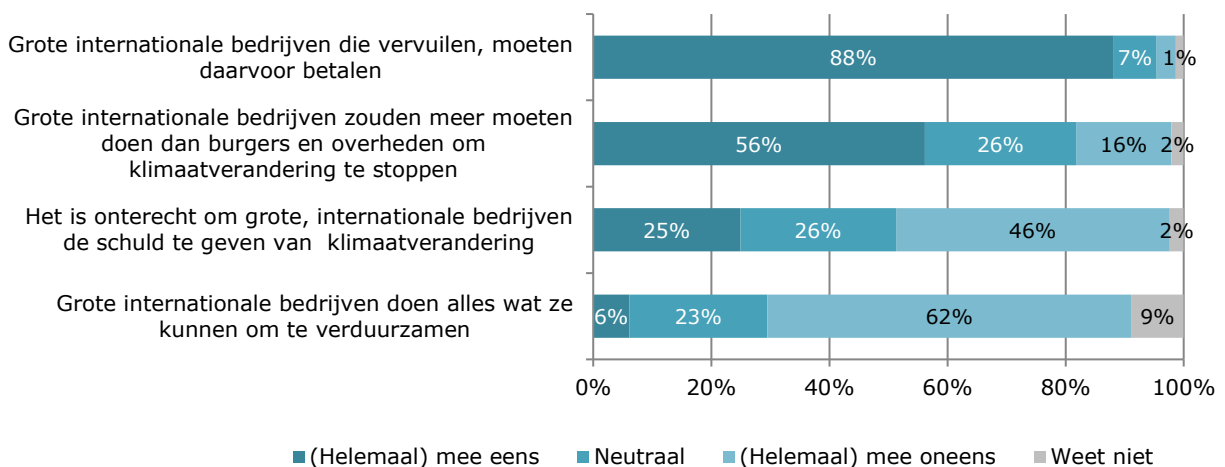
Om beter zicht te krijgen op de manier waarop Nederlanders aankijken tegen de rol van (grote) bedrijven in de aanpak van klimaatverandering, kregen de respondenten een aantal stellingen voorgelegd over klimaatverandering en (grote) bedrijven.

Figuur 4.4 laat zien hoe Nederlanders denken over de verantwoordelijkheid van grote, internationale bedrijven in klimaatverandering. Bijna negen op de tien Nederlanders vinden dat bedrijven die het milieu vervuilen, daarvoor moeten betalen. Verder meent ruim de helft (56%) dat grote internationale bedrijven meer actie moeten ondernemen dan burgers en overheden om klimaatverandering te stoppen en is 46 procent het niet eens met de stelling 'het is onterecht om grote, internationale bedrijven de schuld te geven van klimaatverandering' (een kwart is het met deze stelling eens).

Volgens Nederlanders pakken de grote, internationale bedrijven nog te weinig hun rol in de aanpak van het klimaatprobleem: slechts zes procent denkt dat de bedrijven alles doen om te verduurzamen, tegenover 62 procent die deze mening niet deelt.

Figuur 4.4

Stellingen over klimaatverandering en grote, internationale bedrijven (n_{totaal}=3.915)



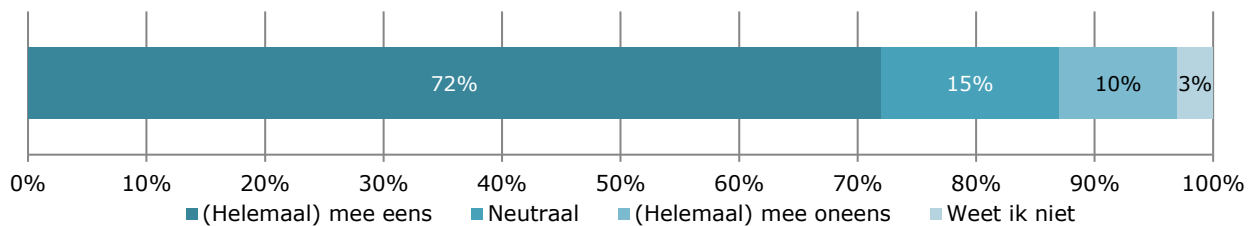
4.4 Draagvlak voor afdwingen verduurzaming via rechter

Om te achterhalen hoe Nederlanders denken over het nemen van juridische stappen tegen (grote) bedrijven, is aan de respondenten voorgelegd of het een goed idee is om bedrijven die te weinig doen om klimaatverandering tegen te gaan via de rechter tot verduurzaming te bewegen.

Ruim zeven op de tien Nederlanders vindt dat een rechter grote bedrijven moet dwingen of verantwoordelijk moet houden om te verduurzamen, wanneer deze bedrijven te weinig doen om klimaatverandering tegen te gaan. Eén op de tien deelt deze mening niet.

Figuur 4.5

Stelling: 'Als grote bedrijven te weinig doen om klimaatverandering tegen te gaan, zouden ze via de rechter gedwongen moeten worden om te verduurzamen.' (n_{totaal}=3.915)

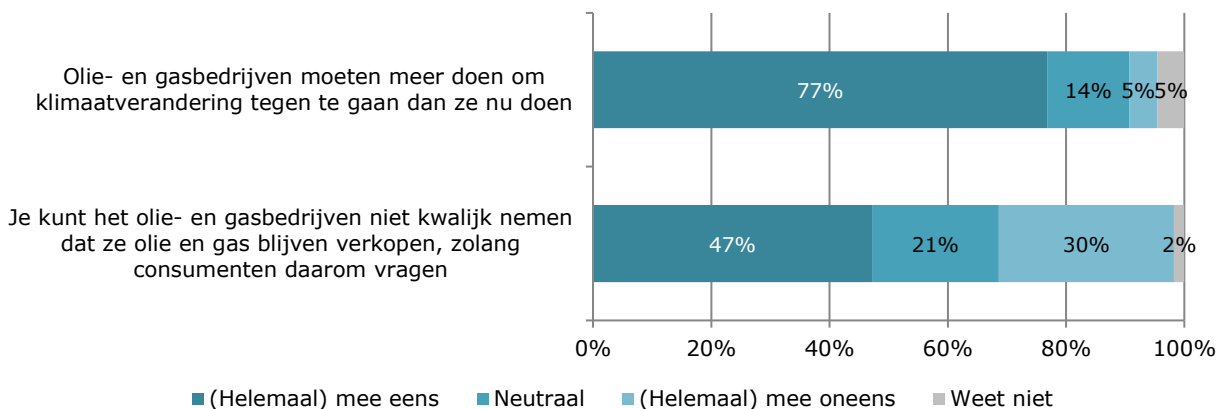


4.5 Olie- en gasbedrijven moeten meer doen om klimaatverandering tegen te gaan

Vervolgens kregen respondenten twee stellingen over olie- en gasbedrijven voorgelegd. Figuur 4.6 toont hoe Nederlanders denken over de rol van olie- en gasbedrijven in klimaatverandering. Ruim driekwart van hen meent dat deze bedrijven nu nog te weinig doen tegen klimaatverandering. Bijna de helft van de Nederlanders vindt echter dat een deel van de verantwoordelijkheid ook bij henzelf ligt: ze kunnen het olie- en gasbedrijven niet kwalijk nemen dat zij olie en gas blijven verkopen, zolang consumenten daar om vragen.

Figuur 4.6

Stellingen over klimaatverandering en olie- en gasbedrijven (n_{totaal}=3.915)



5

HOOFDSTUK

Imago van Nederlandse Multinationals



5. Imago van Nederlandse Multinationals bedrijven

In dit hoofdstuk wordt besproken wat het imago van de grootste Nederlandse bedrijven onder de Nederlandse bevolking is. Er wordt gerichte aandacht besteed aan de mate waarin Nederlanders menen dat de bedrijven duurzaam produceren. Daarnaast wordt er specifiek gefocust op het imago van een Nederlandse olieproducent.

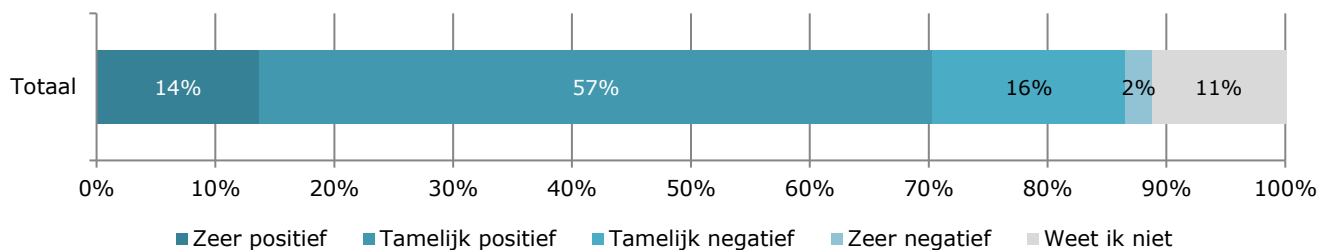
5.1 Bijna driekwart positief over internationale bedrijven in Nederland

Zeven op de tien Nederlanders geven aan tamelijk tot zeer positief tegenover grote, internationale bedrijven in Nederland te staan. Achttien procent heeft een negatieve associatie bij deze bedrijven.

Figuur 5.1

Hoe positief staat u in het algemeen tegenover grote, internationale bedrijven die in Nederland gevestigd zijn?

($n_{\text{totaal}}=3.915$)



5.2 Meeste multinationals bekend bij Nederlanders

In dit onderzoek zijn de 30 grootste Nederlandse bedrijven op alfabetische volgorde voorgelegd aan de respondenten. De lijst van deze 30 bedrijven is gebaseerd op de 'Top 500 Nederlandse bedrijven'-Elsevier 2016⁴. Aan de respondenten werd gevraagd of ze konden aangeven welke bedrijven ze kenden. De meeste grote Nederlandse, internationale bedrijven zijn bij (nagenoeg) alle Nederlanders bekend. Het minst bekend onder het algemene publiek zijn Vitol (bij 14 procent bekend), BCD Group Reisbureau (14 procent), NXP Semiconductors (29 procent) en Gasterra (30 procent).

⁴ Elsevier 2016 Top 500 Nederlandse bedrijven- volledige lijst zie bijlage

Tabel 5.1Bekendheid grote Nederlandse, internationale bedrijven (n_{totaal}=3.915)

BEDRIJF	BEKENDHEID	BEDRIJF	BEKENDHEID
ABN AMRO	99%	Koninklijke BAM	95%
Achmea	99%	KPN	99%
Aegon	99%	Leaseplan	88%
Ahold Delhaize	98%	Menzis Zorgverzekeraar	98%
AkzoNobel	95%	Nationale Nederlanden	99%
ASML	71%	NXP Semiconductors	29%
BCD Group Reisbureau	14%	Philips Electronics	99%
CZ Zorgverzekeraar	98%	Pon Holdings	74%
Delta Lloyd	99%	Rabobank	99%
DSM	93%	Randstad	99%
Friesland Campina	99%	Shell	99%
Gasterra	30%	SHV (Steenkolen Handels Vereniging)	49%
Heineken	99%	Unilever	99%
ING Bank	99%	VGZ Zorgverzekeraar	98%
KLM	99%	Vitol	14%

5.3 Shell gezien als meest vervuilend en meest invloed op regeringsbeleid

Respondenten kregen een aantal uitspraken te zien met de vraag of ze drie bedrijven konden kiezen waarop de uitspraak van toepassing is.

Hieronder de genoemde uitspraken:

- Ik ben trots op
- Ik schaam me voor
- Volgens mij is dit het meest duurzame bedrijf
- Volgens mij is dit het meest vervuilende bedrijf
- Volgens mij heeft dit bedrijf de meeste invloed op het regeringsbeleid
- Volgens mij is dit bedrijf het eerlijkst over hoe zijn product tot stand komt

Een meerderheid van de respondenten vindt het lastig te bepalen op welke bedrijven zij *trots* zijn, voor welke bedrijven zij zich *schaamen*, hoe *duurzaam* een bedrijf is, wat de *meest vervuilende* bedrijven zijn en welke bedrijven het *eerlijkst* zijn over de totstandkoming van hun product. In tabel 5.2 zijn de uitspraken met percentages weergegeven⁵.

⁵ Zie bijlage 3 voor alle scores.

Tabel 5.2

Imago Nederlandse multinationals

(% Nederlanders dat bedrijven heeft genoemd in top 3) (Meest genoemde bedrijven, $n_{\text{totaal}}=3.915$)

STELLING	WEET IK NIET	GEEN ENKEL BEDRIJF	GENOEMD
Ik ben trots op	19%	33%	Philips Electronics (20%) Heineken (17%) KLM (16%) ASML (14%) Friesland Campina (11%) Unilever (11%)
Ik schaam me voor	56%	25%	Shell (19%) ABN AMRO (7%)
Meest duurzaam	80%	-	Friesland Campina (8%) Rabobank (7%) Unilever (5%) Philips (5%)
Meest vervuilend	47%	-	Shell (52%) AkzoNobel (23%) KLM (23%) DSM (20%)
Meeste invloed op regeringsbeleid	47%	-	Shell (51%) Unilever (26%) KLM (19%) ABN AMRO (18%)
Het eerlijkst zijn over totstandkoming product	77%	-	Friesland Campina (16%) Heineken (11%)

5.4 Aandeel duurzame productie moeilijk in te schatten voor Nederlanders

Aan respondenten is gevraagd voor vijf Nederlandse multinationals – Shell, Unilever, Philips, Ahold en Heineken - te schatten hoeveel procent van hun productie duurzaam is. Het blijkt dat Nederlanders dit ook erg lastig vinden. Meer dan de helft kan per bedrijf geen inschatting maken van het aandeel duurzame productie en kiest 'weet niet'.

De percentages die hier wel gegeven worden dienen dan ook met grote voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. Ze zijn waarschijnlijk grotendeels niet gebaseerd op kennis, maar vooral op beeldvorming. Acht procent van de Nederlanders denkt dat de productie van Shell helemaal niet (0%) duurzaam is, voor Unilever is dat 2 procent. Het aandeel Nederlanders dat denkt dat de productie voor meer dan de helft duurzaam is, varieert ook voor de 5 bedrijven: 9 procent denkt dit over Heineken, 8 procent over Philips, 5 procent over Unilever en Ahold, en 3 procent over Shell.

Tabel 5.3

Hoeveel procent van de productie van onderstaande bedrijven wordt volgens u duurzaam geproduceerd?

($n_{\text{totaal}}=3.915$)

	SHELL	UNILEVER	PHILIPS	AHOLD	HEINEKEN
Weet ik niet	51%	57%	59%	58%	58%
0%	8%	2%	1%	1%	1%
1-5%	12%	6%	4%	5%	3%
6-10%	9%	7%	5%	6%	5%
11-15%	2%	3%	3%	3%	2%
16- 25%	7%	8%	7%	9%	8%
26-50%	7%	12%	13%	13%	14%
>50%	3%	5%	8%	5%	9%



5.5 Weinig vertrouwen in duurzame productie Shell

Duurzaamheid Shell met een 3,6 beoordeeld

Shell kwam enkele dagen voor de start van dit onderzoek met het bericht dat het bedrijf ambitieuze duurzame plannen heeft. Om deze reden hebben we hierover nog enkele vragen toegevoegd met het doel te meten in hoeverre dit het beeld van voorgaande zou kunnen beïnvloeden.

Respondenten is eerst gevraagd om (op een schaal van één tot tien) een oordeel te geven over de duurzaamheid van Shell. Daarna is het bericht voorgelegd en is deze vraag nog eens gesteld.

De algemene eerste indruk is dat Shell weinig duurzaam is: Nederlanders geven gemiddeld een 3,6. (Waarvan 72 procent een cijfer lager dan 6 geven.) Hierna kregen de respondenten deze tekst te lezen:



Nieuwsbericht over plannen verlagen CO2 Shell

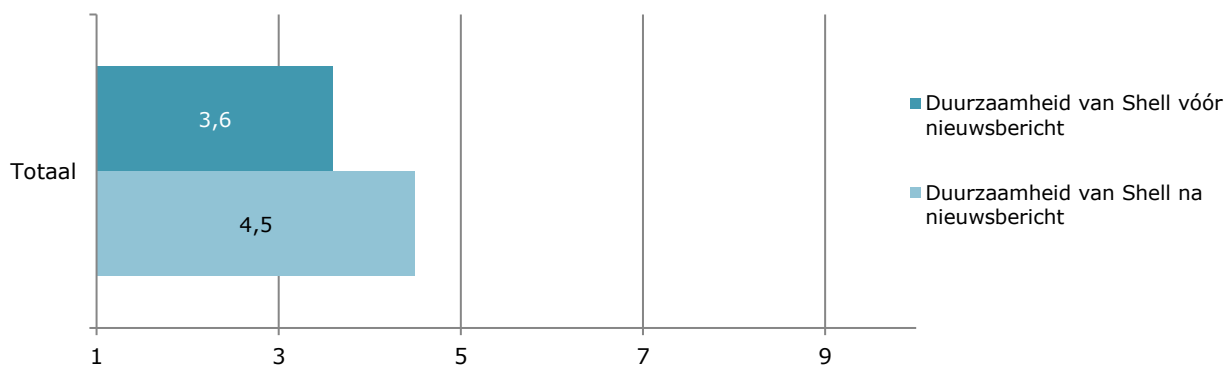
Vorige week maakte Shell bekend zijn CO2-uitstoot drastisch te zullen verlagen om het klimaat te behoeden voor rampen. Alle eigen uitstoot, maar ook de uitstoot die wordt veroorzaakt door zijn energieproducten – onder andere benzine, diesel en lpg – moet omlaag. In 2050 wil Shell de uitstoot van CO2 hebben gehalveerd. In 2035 moet de uitstoot al met 20 procent zijn verminderd. De investeringsruimte voor Shells divisie schone energie, 'New Energies', wordt tot 2020 verdubbeld tot bijna 1,7 miljard euro per jaar.

Na het lezen van nieuwsbericht, duurzaamheid Shell met een 4,5 beoordeeld

Na het lezen van het nieuwsbericht, werd aan de respondenten opnieuw gevraagd om een oordeel over de duurzaamheid van Shell te geven. Het nieuwsbericht had een positief effect op dit oordeel: het gemiddelde cijfer voor de duurzaamheid steeg naar een 4,5. (De meerderheid – 59% - geeft nog steeds een onvoldoende.)

Figuur 5.2

Hoe schat u de duurzaamheid van Shell in? Gevraagd vóór en na het lezen van het nieuwsbericht, ($n_{\text{totaal}}=3.915$) Op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 = helemaal niet duurzaam en 10 is volledig duurzaam.



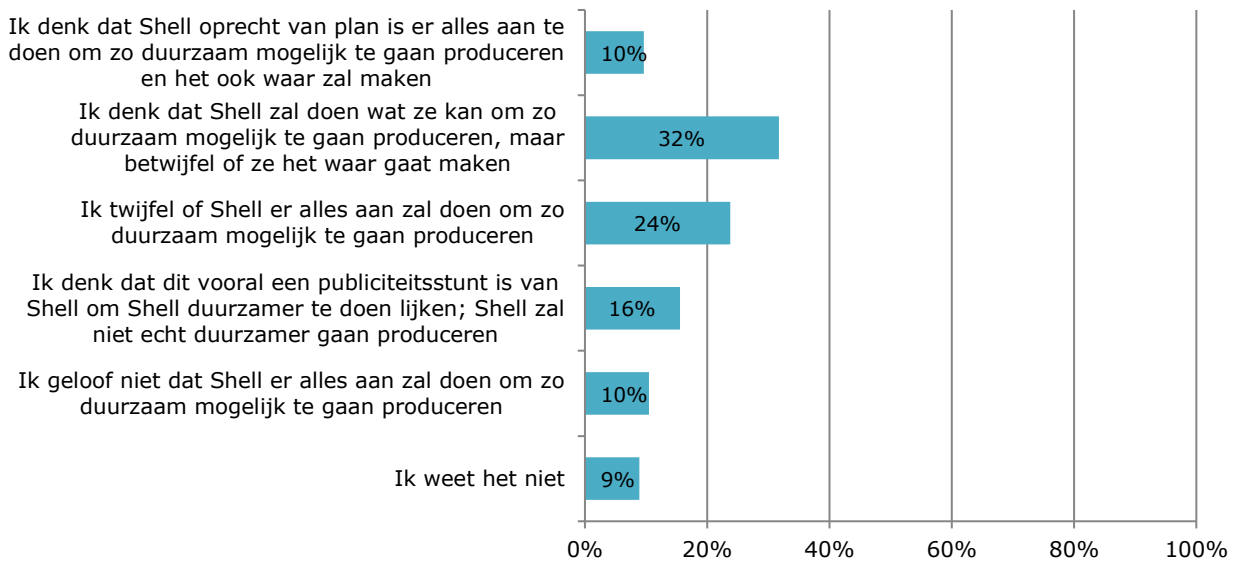
Zeven op de tien Nederlanders kenden voorafgaand aan dit onderzoek het nieuws over Shell nog niet. Een kwart had er wel over gehoord, maar zich er niet in verdiept, en drie procent was inhoudelijk op de hoogte van het nieuws.

Sceptis over duurzame ambities Shell

Tot slot kregen respondenten de vraag: "Welke van de onderstaande uitspraken drukken uw gevoel het best uit?" Ruim vier op de tien Nederlanders heeft er vertrouwen in dat Shell er alles aan zal doen om zo duurzaam mogelijk te produceren. Eén op de tien denkt dat ze dit ook waar maken, maar drie op de tien betwijfelen dit. De helft van de Nederlanders is sceptischer over de plannen van Shell. Zij twijfelen of het bedrijf er alles aan zal doen om duurzamer te produceren (24%), zien de plannen als een publiciteitsstunt (16%) of geloven de voornemens niet (10%).

Figuur 5.3

Welke van de onderstaande uitspraken drukken uw gevoel het best uit? (n=3.874)



1

BIJLAGE

Bijlage 1 Top 30



Bijlage 1

Bron:

Elsevier 22 oktober 2016; ECO Top 500 bedrijven

Top 30: grootste Nederlandse multinationals

ABN AMRO

Achmea

Aegon

Ahold Delhaize (Albert Heijn, Etos, etc)

AkzoNobel

ASML

BCD Group Reisbureau

CZ Zorgverzekeraar

Delta Lloyd

DSM

Friesland Campina

Gasterra

Heineken

ING Bank

KLM

Koninklijke BAM

KPN

Leaseplan

Menzis Zorgverzekeraar

Nationale Nederlanden

NXP Semiconductors

Philips Electronics

Pon Holdings (importeur van o.a. Volkswagen)

Rabobank

Randstad

Shell

SHV (Steenkolen Handels Vereniging)

Unilever (Blue Band, Knorr, Dove, Omo, Unox)

VGZ Zorgverzekeraar



2

BIJLAGE

Vragenlijst



Bijlage 2

Klimaatverandering

1. In hoeverre bent u bezorgd over klimaatverandering?

- Zeer bezorgd
- Tamelijk bezorgd
- Enigszins bezorgd
- Niet bezorgd
- Weet ik niet / geen antwoord

1a. Onder de opwarming van de aarde wordt de stijging van de wereldtemperatuur verstaan.

Daardoor verandert het klimaat.

Eind 2015 sloten alle leden van de Verenigde Naties in Parijs een klimaatakkoord om klimaatverandering tegen te gaan.

Alle landen hebben toegezegd om hieraan te werken.

Ook de nieuwe Nederlandse regering zet hier in het regeerakkoord op in.

Was u – voordat u deze enquête kreeg – bekend met het klimaatakkoord van Parijs?

- Ja, ook inhoudelijk op de hoogte
- Ja, maar inhoudelijk niet (goed) op de hoogte
- Nee

1b. Stel dat landen die het klimaatakkoord van Parijs hebben ondertekend zich niet aan de afspraken houden.

Vindt u dat er dan iets aan gedaan moet worden?

- Ja
- Nee
- Weet ik niet

1c. Kunt u uw antwoord toelichten? Wat moet er dan aan gedaan worden?

- Nee, kan ik niet toelichten

2a. Het klimaatakkoord is een afspraak tussen landen.

Wat vindt u, moeten grote bedrijven zich ook aan deze afspraken houden?

- Ja
- Nee
- Weet ik niet

2b. Stel dat grote bedrijven zich niet aan de afspraken willen houden. Vindt u dat er dan iets aan gedaan moet worden?

- Ja
- Nee
- Weet niet/ geen mening

2c. Kunt u uw antwoord toelichten? Wat moet er dan aan gedaan worden?

- Nee, kan ik niet toelichten



3a. Wat moeten burgers, bedrijven, de overheid of andere partijen – wat u betreft – doen om klimaatverandering tegen te gaan?

Weet ik niet

3b. Wie of welke groep zou in Nederland wat u betreft het meest moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan? Kunt aangeven welke partij het meest moet doen, welke daarna en welke daarna?

- Consumenten/ burgers
- Bedrijven
- Overheid
- Weet ik niet

Indien vraag 3b = 2 bedrijven

3c. Welke sector van het bedrijfsleven moet wat u betreft het meest bijdragen om klimaatverandering tegen te gaan? (3 antwoorden mogelijk, top 3 aangeven)

- Landbouw en visserij (boeren, vissers)
- Industrie (vervaardiging van voedingsmiddelen, textiel, chemische producten, metaal en elektra)
- Winning , productie en distributie van delfstoffen (aardolie, aardgas, grind, klei en zand)
- Energie-, water-, afvalbedrijven (productie en distributie van elektriciteit, water, afvalinzameling en verwerking)
- Bouwnijverheid (bijvoorbeeld: grond-, water- en wegenbouw en gebouwen)
- Groothandel en detailhandel (winkels) en reparatiebedrijven
- Vervoer over land, water en luchtvaart en opslag (transport, vrachtverkeer, vliegverkeer, e.d.)
- Horeca (hotels, restaurants, cafés)
- Informatie en Communicatie (uitgeverijen, radio televisie en ICT)
- Zakelijke en financiële dienstverlening (banken, verzekeringen, pensioenfondsen, adviessector)
- Anders, namelijk: _____
- Weet ik niet

4. Nu volgt een aantal stellingen over grote internationale bedrijven. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de stellingen?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
A Het is onterecht om grote, internationale bedrijven de schuld te geven van klimaatverandering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B Grote internationale bedrijven zouden meer moeten doen dan burgers en overheden om klimaatverandering te stoppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



C	Grote internationale bedrijven die vervuilen, moeten daarvoor betalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Klimaatverandering komt niet door menselijk handelen, er is dus ook niet zoveel aan te doen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E split run	Als grote bedrijven te weinig doen om klimaatverandering tegen te gaan, zouden ze via de rechter gedwongen moeten worden om te verduurzamen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E split run	Als grote bedrijven te weinig doen om klimaatverandering tegen te gaan, zouden ze via de rechter verantwoordelijk moeten worden gehouden om te verduurzamen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	Grote internationale bedrijven doen alles wat ze kunnen om te verduurzamen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	Olie- en gasbedrijven moeten meer doen om klimaatverandering tegen te gaan dan ze nu doen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	Je kunt het olie- en gasbedrijven niet kwalijk nemen dat ze olie en gas blijven verkopen, zolang consumenten daarom vragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GROTE NEDERLANDSE, INTERNATIONALE BEDRIJVEN

5a. Hoe positief staat u in het algemeen tegenover grote, internationale bedrijven die in Nederland gevestigd zijn?

- Zeer positief
- Tamelijk positief
- Tamelijk negatief
- Zeer negatief
- Weet ik niet



5b. Hieronder ziet u een lijst met de 30 grootste Nederlandse bedrijven. De bedrijven staan op alfabetische volgorde, Kunt u aangeven welke bedrijven u niet kent?

(Met niet kennen bedoelen we dat u nooit iets gezien, gelezen of gehoord heeft over dit bedrijf.)

<programmeur: toon lijst 1 t/m 30, in alfabetische volgorde>

ABN AMRO
Achmea
Aegon
Ahold Delhaize (Albert Heijn, Etos, etc)
AkzoNobel
ASML
BCD Group Reisbureau
CZ Zorgverzekeraar
Delta Lloyd
DSM
Friesland Campina
Gasterra
Heineken
ING Bank
KLM
Koninklijke BAM
KPN
Leaseplan
Menzis Zorgverzekeraar
Nationale Nederlanden
NXP Semiconductors
Philips Electronics
Pon Holdings (importeur van o.a. Volkswagen)
Rabobank
Randstad
Shell
SHV (Steenkolen Handels Vereniging)
Unilever (Blue Band, Knorr, Dove, Omo, Unox)
VGZ Zorgverzekeraar
Vitol
Ik ken geen enkel bedrijf >> **NAAR VRAAG 8**



We leggen u nu een aantal uitspraken voor.

Kunt u per uitspraak een top 3 aangeven uit de lijst van Nederlandse bedrijven?

< programmeur: Toon lijst niet gekozen bij vraag 5 >

6a. Ik ben trots op:

Top 1 <toon lijst> + weet niet >> naar vraag 6b + < Laatste optie: Ik ben op geen enkel bedrijf trots >

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6b. Volgens mij is dit het meest duurzame bedrijf:

Top 1 <toon lijst> + weet niet >> naar vraag 6c

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6c. Volgens mij is dit het meest vervuilende bedrijf:

Top 1 <toon lijst> + weet niet >> naar vraag 6d

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6d. Ik schaam me voor:

Top 1 <toon lijst>+ weet niet >> naar vraag 6e + <laatste antwoordoptie : *ik schaam me voor geen van deze bedrijven* >
toevoegen aan lijst van bedrijven

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6e. Volgens mij heeft dit bedrijf de meeste invloed op het regeringsbeleid.

Top 1 <toon lijst>+ weet niet >> naar vraag 6f

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6f. Volgens mij is dit bedrijf het eerlijkst over hoe zijn product tot stand komt.

Top 1 <toon lijst>+ weet niet >> naar vraag 6g

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>

6g. Volgens mij is dit bedrijf het minst eerlijk over hoe zijn product tot stand komt.

Top 1 <toon lijst>+ weet niet >> naar vraag 7

Top 2 <toon lijst>

Top 3 <toon lijst>



7. Hoeveel procent van de productie van onderstaande bedrijven wordt volgens u duurzaam geproduceerd?

Met duurzame productie bedoelen we het deel dat niet bijdraagt aan de opwarming van de aarde

Als u het niet precies weet mag u ook een schatting geven. Als u echt geen idee heeft kunt u dat ook aangeven.

Programmeur: schuifbalk toevoegen van 0-100% + weet niet

Alleen bedrijven voorleggen indien bekend bij vraag 5

- 7a Ahold
- 7b Heineken
- 7c Philips
- 7d Shell
- 7e Unilever

NOT BACK

Indien Shell bekend bij vraag 5

De laatste vragen gaan over Shell.

8.

Hoe schat u de duurzaamheid van Shell in?

Op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 = helemaal niet duurzaam en 10 is volledig duurzaam.

helemaal niet duurzaam									volledig duurzaam	Weet ik niet
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

NOT BACK

Nieuws over Shell

Vorige week maakte Shell bekend zijn CO2-uitstoot drastisch te zullen verlagen om het klimaat te behoeden voor rampen. Alle eigen uitstoot, maar ook de uitstoot die wordt veroorzaakt door zijn energieproducten – onder andere benzine, diesel en lpg – moet omlaag.

In 2050 wil Shell de uitstoot van CO2 hebben gehalveerd. In 2035 moet de uitstoot al met 20 procent zijn verminderd.

De investeringsruimte voor Shells divisie schone energie, 'New Energies', wordt tot 2020 verdubbeld tot bijna 1,7 miljard euro per jaar.

9. Hebt u vorige of deze week iets gehoord, gezien of gelezen over bovenstaand nieuws over Shell?

1. Ja, en heb me er ook inhoudelijk in verdiept
2. Ja, maar niet inhoudelijk
3. Nee

10. Hoe duurzaam vindt u Shell nu u dit bericht hebt gelezen?

Op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 = helemaal niet duurzaam en 10 is volledig duurzaam.

helemaal niet duurzaam									volledig duurzaam	Weet ik niet
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11



11. Welk van onderstaande uitspraken drukken uw gevoel het best uit?

- A Ik denk dat Shell oprecht van plan is er alles aan te doen om zo duurzaam mogelijk te gaan produceren en het ook waar zal maken
- B Ik denk dat Shell zal doen wat ze kan om zo duurzaam mogelijk te gaan produceren, maar betwijfel of ze het waar gaat maken
- C Ik twijfel of Shell er alles aan zal doen om zo duurzaam mogelijk te gaan produceren
- D Ik geloof niet dat Shell er alles aan zal doen om zo duurzaam mogelijk te gaan produceren
- E Ik denk dat dit vooral een publiciteitsstunt is van Shell om Shell duurzamer te doen lijken. Shell zal niet echt duurzamer gaan produceren.
- F Ik weet het niet

Dit is het einde van de vragenlijst.

Hartelijk dank voor uw medewerking



3

BIJLAGE

Imago ranglijsten



Bijlage 3

Tabel 1

'Ik ben trots op ...' en 'Ik schaam me voor ...' (% Nederlanders dat bedrijven heeft genoemd in top 3)
(meest genoemd, n_{totaal}=3.915)

BEDRIJF	TROTS	SCHAAMTE
Geen enkel bedrijf	33%	25%
Weet ik niet	19%	56%
ABN AMRO	3%	7%
Achmea	1%	1%
Aegon	1%	1%
Ahold Delhaize	10%	1%
AkzoNobel	4%	4%
ASML	14%	0%
BCD Group Reisbureau	0%	0%
CZ Zorgverzekeraar	2%	1%
Delta Lloyd	1%	0%
DSM	4%	3%
Friesland Campina	11%	1%
Gasterra	0%	1%
Heineken	17%	2%
ING Bank	5%	4%
KLM	16%	4%
Koninklijke BAM	2%	2%
KPN	4%	1%
Leaseplan	0%	1%
Menzis Zorgverzekeraar	2%	1%
Nationale Nederlanden	1%	1%
NXP Semiconductors	4%	0%
Philips Electronics	20%	1%
Pon Holdings	1%	4%
Rabobank	8%	4%
Randstad	2%	1%
Shell	8%	19%
SHV (Steenkolen Handels Vereniging)	1%	4%
Unilever	11%	5%
VGZ Zorgverzekeraar	2%	1%
Vitol	0%	0%



Tabel 2

Meest duurzame en meest vervuilende bedrijven (%Nederlanders dat bedrijven heeft genoemd in top 3) (n_{totaal}=3.915)

BEDRIJF	MEEST DUURZAAM	MEEST VERVUILEND	BEDRIJF	MEEST DUURZAAM	MEEST VERVUILEND
Weet ik niet	80%	47%	Koninklijke BAM	1%	6%
ABN AMRO	3%	1%	KPN	2%	0%
Achmea	3%	0%	Leaseplan	1%	1%
Aegon	1%	0%	Menzis Zorgverzekeraar	3%	0%
Ahold Delhaize	3%	2%	Nationale Nederlanden	2%	0%
AkzoNobel	2%	23%	NXP Semiconductors	1%	1%
ASML	4%	2%	Philips Electronics	5%	3%
BCD Group Reisbureau	0%	0%	Pon Holdings	0%	6%
CZ Zorgverzekeraar	3%	0%	Rabobank	7%	1%
Delta Lloyd	1%	0%	Randstad	2%	1%
DSM	2%	20%	Shell	2%	52%
Friesland Campina	8%	3%	SHV (Steenkolen Handels Vereniging)	0%	13%
Gasterra	0%	3%	Unilever	5%	14%
Heineken	4%	2%	VGZ Zorgverzekeraar	3%	0%
ING Bank	3%	1%	Vitol	0%	1%
KLM	1%	23%			

Tabel 3

Bedrijven met meeste invloed op regeringsbeleid en bedrijven die het eerlijkst zijn over totstandkoming product (% Nederlanders dat bedrijven heeft genoemd in top 3) (n_{totaal}=3.915)

BEDRIJF	MEESTE INVLOED	EERLIJKST	BEDRIJF	MEESTE INVLOED	EERLIJKST
Weet ik niet	47%	77%	Koninklijke BAM	4%	1%
ABN AMRO	18%	1%	KPN	2%	3%
Achmea	2%	1%	Leaseplan	0%	1%
Aegon	1%	1%	Menzis Zorgverzekeraar	1%	3%
Ahold Delhaize	3%	5%	Nationale Nederlanden	1%	1%
AkzoNobel	10%	2%	NXP Semiconductors	0%	1%
ASML	2%	5%	Philips Electronics	5%	5%
BCD Group Reisbureau	0%	0%	Pon Holdings	1%	0%
CZ Zorgverzekeraar	1%	3%	Rabobank	5%	5%
Delta Lloyd	0%	1%	Randstad	1%	2%
DSM	3%	2%	Shell	51%	1%
Friesland Campina	1%	16%	SHV (Steenkolen Handels Vereniging)	2%	0%
Gasterra	1%	1%	Unilever	26%	5%
Heineken	3%	11%	VGZ Zorgverzekeraar	1%	3%
ING Bank	9%	2%	Vitol	0%	0%
KLM	19%	3%			

