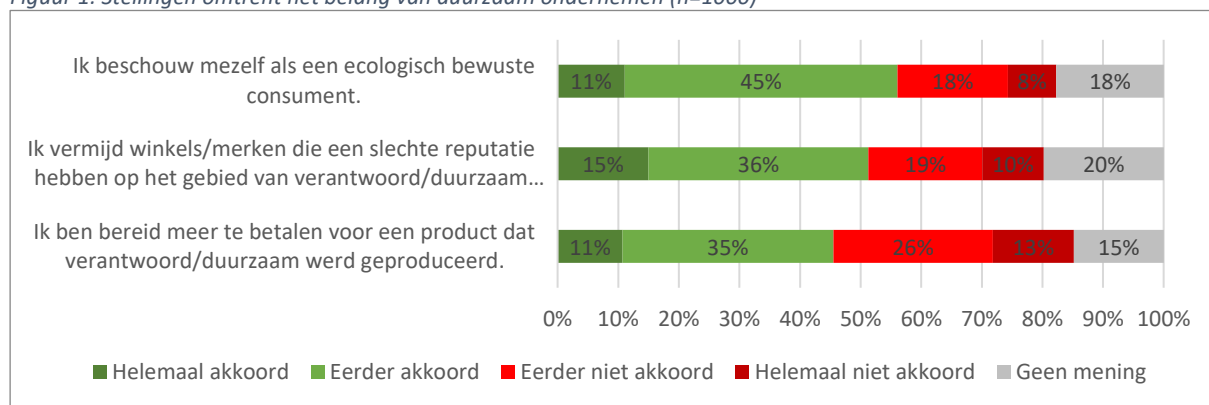


## Belg verwacht eerlijke en duidelijke communicatie van bedrijven omtrent duurzaamheid

*Bij de Belgische consument staat het thema duurzaam ondernemen hoog op de agenda. De Belg verwacht van bedrijven eerlijke en duidelijk communicatie over geleverde inspanningen. Dat blijkt uit een recente enquête van AP Hogeschool Antwerpen in samenwerking met VBO en iVOX bij 1000 Belgen.*

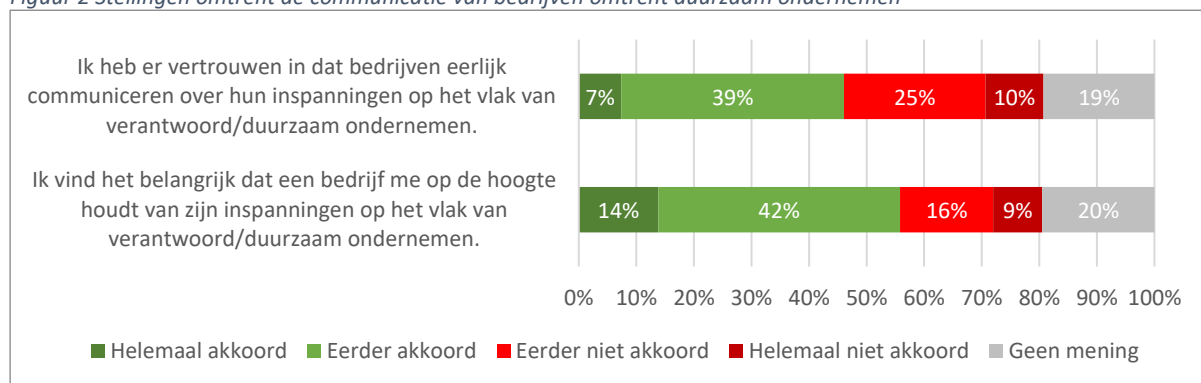
Duurzaam ondernemen staat hoog op de agenda van de Belg. Iets meer dan de helft beschouwt zich als een ecologisch bewuste consument (56%). Bijna de helft is bereid meer te betalen voor een product dat duurzaam werd geproduceerd (46%). En ongeveer de helft zegt winkels te vermijden die een slechte reputatie hebben op het gebied van duurzaam ondernemen.

Figuur 1: Stellingen omtrent het belang van duurzaam ondernemen (n=1000)



De meeste Belgen vinden het verder ook belangrijk dat bedrijven hen op de hoogte houden van geleverde inspanningen rond duurzaamheid. Wel blijkt niet iedere Belg ervan overtuigd dat wat bedrijven communiceren wel geloofwaardig is. Eén op de drie Belgen heeft er momenteel weinig vertrouwen in dat bedrijven eerlijk communiceren over hun inspanningen op het vlak van duurzaam ondernemen.

Figuur 2 Stellingen omtrent de communicatie van bedrijven omtrent duurzaam ondernemen



Hoe de Belg op de hoogte wil gehouden worden, verschilt erg op basis van leeftijdscategorie. Oudere respondenten hebben duidelijk een voorkeur voor artikels of folders. Jongeren zijn meer fan van video en sociale media.

De online bevraging gebeurde in het kader van de Video Experience Day en het Webinar Sustainable Stories en dit in samenwerking met het VBO en iVOX. De enquête werd in april 2021 afgenomen bij 1000 Belgen representatief op regio, leeftijd, geslacht en opleiding.

Meer informatie vindt u hier: [ap.be/project/corporate-video-monitor](https://ap.be/project/corporate-video-monitor)

De resultaten komen ook aan bod in het webinar Sustainable Stories dat georganiseerd wordt door AP Hogeschool in Antwerpen, in samenwerking met Kanaal Z en vakfederatie Custo. Dit gratis webinar vindt plaats op 18 mei van 16 tot 17 uur. Het vertrekt vanuit het belang van duurzaam ondernemen en legt vervolgens de focus op de communicatie van bedrijven rond dit thema. Communicatie- en marketingexperten van leading brands als Ecover, Too Good To Go, Komrads en JBC delen hun kijk op dit thema in een talkshow met host Lisbeth Imbo.

De praktische organisatie en reportages zijn in handen van een team studenten Communicatiemanagement en Journalistiek en hun coaches van de AP Hogeschool in Antwerpen. Sustainable Stories wordt waargemaakt in samenwerking met Kanaal Z en Custo. Het online webinar zal ook worden heruitgezonden op Kanaal Z gedurende de week van 24 mei. Deelnemers kunnen zich inschrijven en informeren via [www.contentrules.be](https://www.contentrules.be).

De Video Experience Day, een organisatie van AP Hogeschool Antwerpen en Kanaal Z/Canal Z, bekroont op 1 juni 2021 voor de 22<sup>e</sup> keer de beste corporate video's van het voorbije jaar. Dat gebeurt tijdens een tv-special op de organiserende zender. Met de nieuwe award Corporate Social Responsibility speelt het event in op de waarbij dat bedrijven en organisaties ook via videocommunicatie hun inspanningen op het gebied van duurzaam ondernemen in beeld brengen.