

Bart Brüggenwirth

# Sterke merken,

De maatschappelijke betekenis  
als nieuw perspectief voor je merk

# betere wereld

vakmedianet

**b-open**

building better brands  
for a better world



Bart Brüggenwirth  
PIM Marketing Literatuurprijs 2017  
Leusden, 28 november 2017



Triodos Bank

a.s.r.  
de nederlandse  
verzekerings  
maatschappij  
voor alle  
verzekeringen



Bart Brüggenwirth

# Sterke merken, betere wereld

De maatschappelijke betekenis  
als nieuw perspectief voor je merk

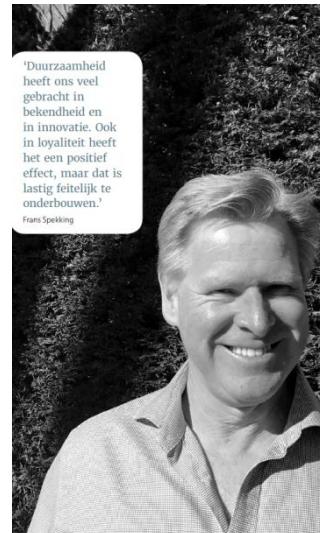
vakmedianet



Interface®



# Verhalen uit de praktijk





Hoe marketing en MVO naar  
elkaar toe groeien



De maatschappelijke betekenis:  
nieuw perspectief voor je merk



Vragen

0495 06

Coca-Cola

Love  
PROFIT

JCDecaux

b-open C



The future of our bottle  
is taking shape.

Look for the **plantbottle™** logo on pack.  
Up to 30% plant-based  
100% recyclable bottle

## Onze verpakkingen zijn 100% recyclebaar

Wist je dat ook al onze flessen volledig gerecycled kunnen worden, inclusief de doppen?

Dit is waardevol materiaal voor bijvoorbeeld nieuwe flessen. Zo bestaat onze 1,5 liter Coca-Cola fles voor 50% uit gerecycled plastic.\* Ook maken we de verpakkingen steeds lichter. Op die manier hebben we minder grondstoffen en energie nodig. Zo woog de 1,5 liter fles in 2006 nog 52 gram, nu is dat 39 gram.

We zijn ons ervan bewust dat er nog meer moet gebeuren. Daarom blijven we eraan werken om onze verpakkingen steeds duurzamer te maken.

Kijk voor meer informatie op:  
[www.coca-colanederland.nl](http://www.coca-colanederland.nl)

Coca-Cola Nederland

\*Alle flessen die we produceren bestaan gemiddeld voor 59% uit gerecycled PET; dit is gemiddeld 50% voor grote flessen en 25% voor kleine flessen.  
© 2017 The Coca-Cola Company. Alle rechten voorbehouden.

**STOP DE PLASTIC** *Cola Crap*

**3.400 NIEUWE WEGWERFLESSEN PER SECONDE ERBIJ!**

**TEKEN NU DE PETITIE**



**Greenpeace NL**  
@GreenpeaceNL



Maar weinig Coca-Cola flessen worden daadwerkelijk gerecycled

[ow.ly/u6h230glzSr](http://ow.ly/u6h230glzSr)

12:56 PM - Nov 21, 2017

2 11 3



**Wakker Dier** @WakkerDier · Nov 2

Huh **@Rabobank**: 'growing a better world' together'-lullen en 'growing megastallen'-vullen? Welke banken t anders doen: [bit.ly/1zBcbD0](https://bit.ly/1zBcbD0)



**Karen Soeters** @KarenSoeters · Oct 30

"**Growing a Better World** Together NL "[youtu.be/zt7YIBfPAv8](https://youtu.be/zt7YIBfPAv8) via **@YouTube**  
**#puremisleiding** van **@Rabobank**

# *Growing a better world together*



**Marco B.** @Ko\_Nijn68 · Oct 27

"**Growing a Better World** Together " is de nieuwe **@rabobank** propaganda, om zichzelf te verkopen als maatschappelijk verantwoord **#trapernietin**



**Rabobank**

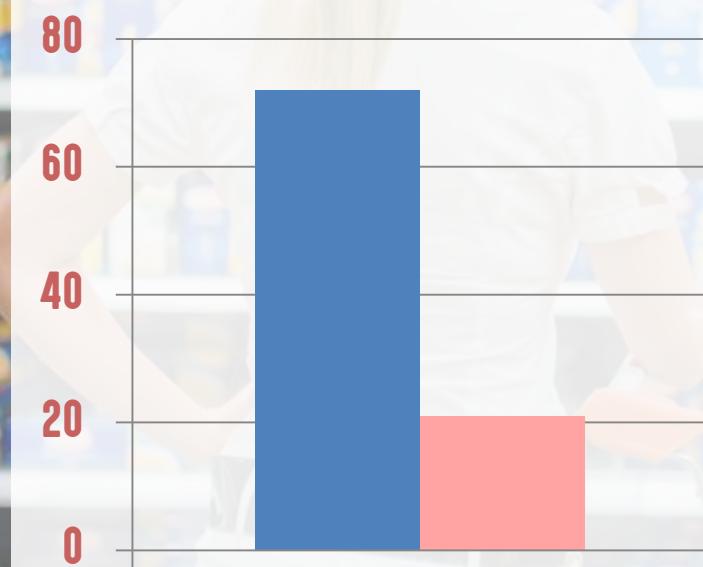


**Wauwel / болтовня** @ReinBijlsma · Nov 16

Die reclames van de **@Rabobank**, met hun "**growing a better world**", die zijn zoooooo klef, eng en volslagen ongeloofwaardig. **#teiltje**

Zorgen van burgers  
worden behoeften  
van de consument





■ belangrijk dat bedrijven een positieve bijdrage leveren aan maatschappij

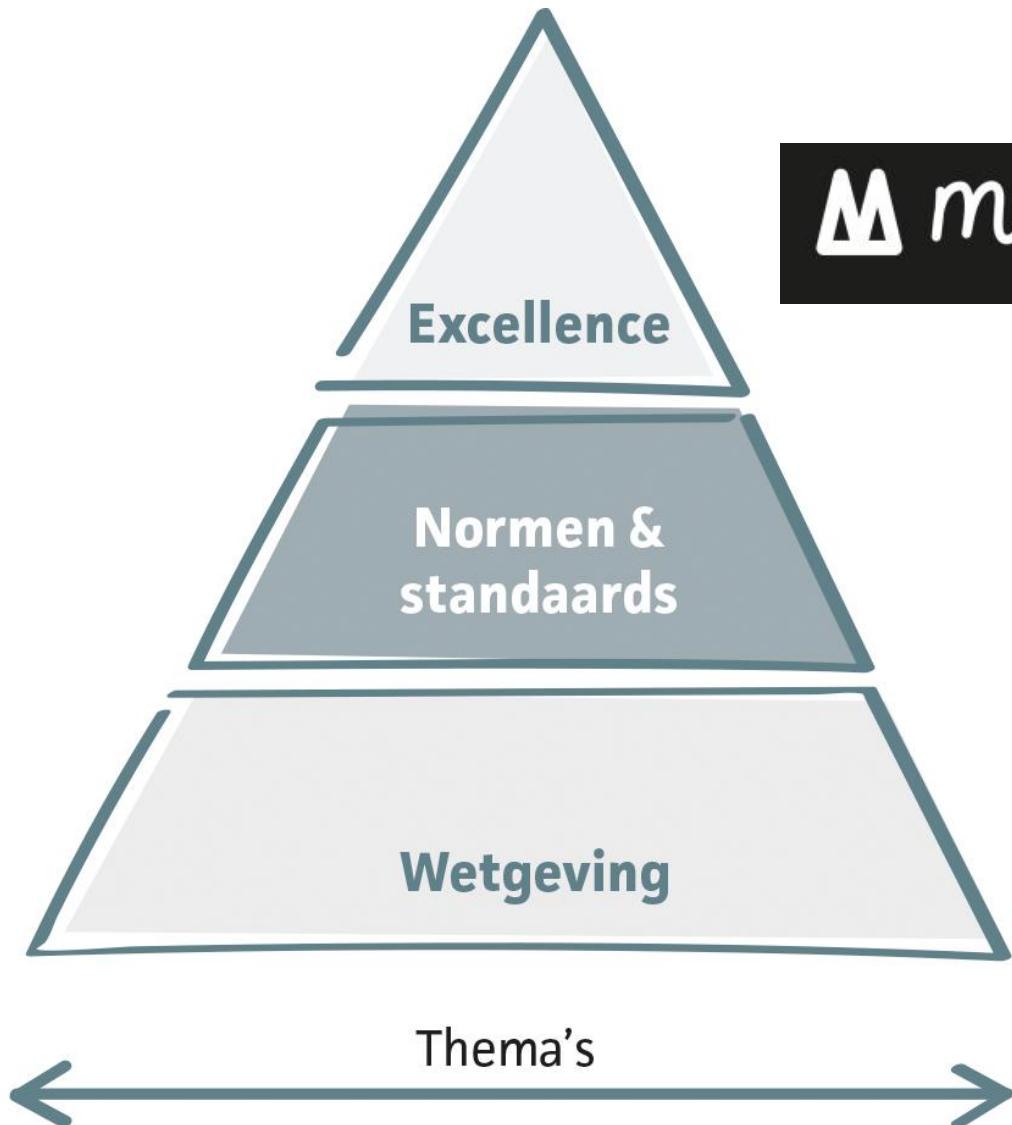
■ vindt dat bedrijven een positieve bijdrage leveren aan maatschappij



Corporate social  
responsibility

Corporate social  
responsAbility

# Waarde behouden én creëren met mvo





MOYEE: THE WORLD'S FIRST FAIRCHAIN COFFEE  
THAT'S RADICALLY GOOD COFFEE WITH RADICAL IMPACT!  
**JOIN OUR REVOLUTION AND  
MAKE EVERY SIP COUNT.**



ONZE ENGAGEMENTEN OP HET VLAK VAN  
KOFFIE

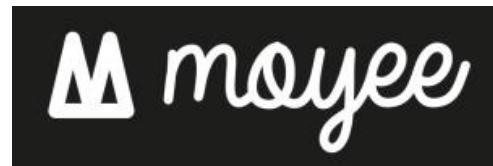
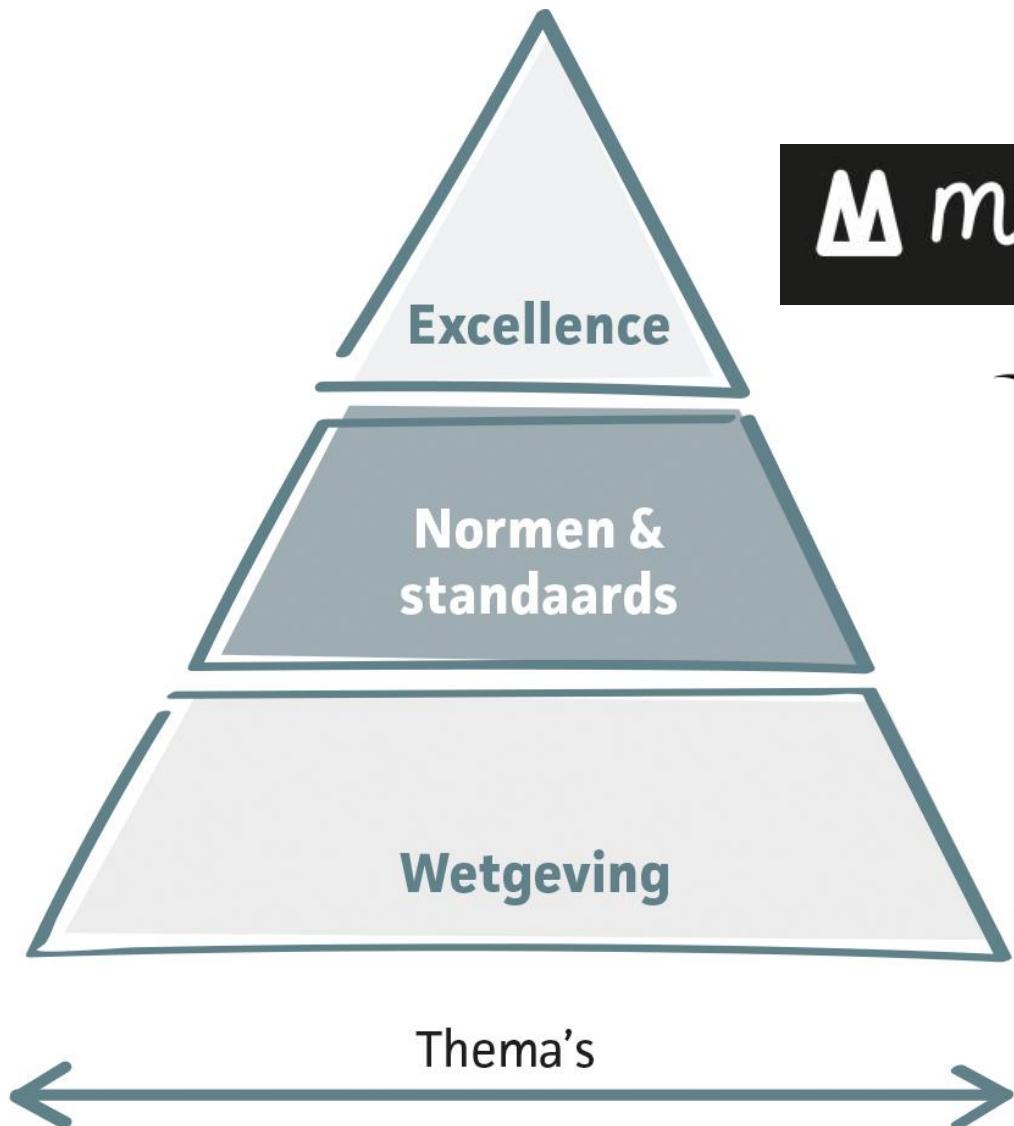
# 100 % DUURZAAM AANGEKOCHTE KOFFIE

Wij willen 100% van het permanente assortiment  
Grands Crus duurzaam aankopen via het *Nespresso*  
AAA Sustainable Quality™-programma.

MEER WETEN



# Waarde behouden én creëren met mvo



NESPRESSO®



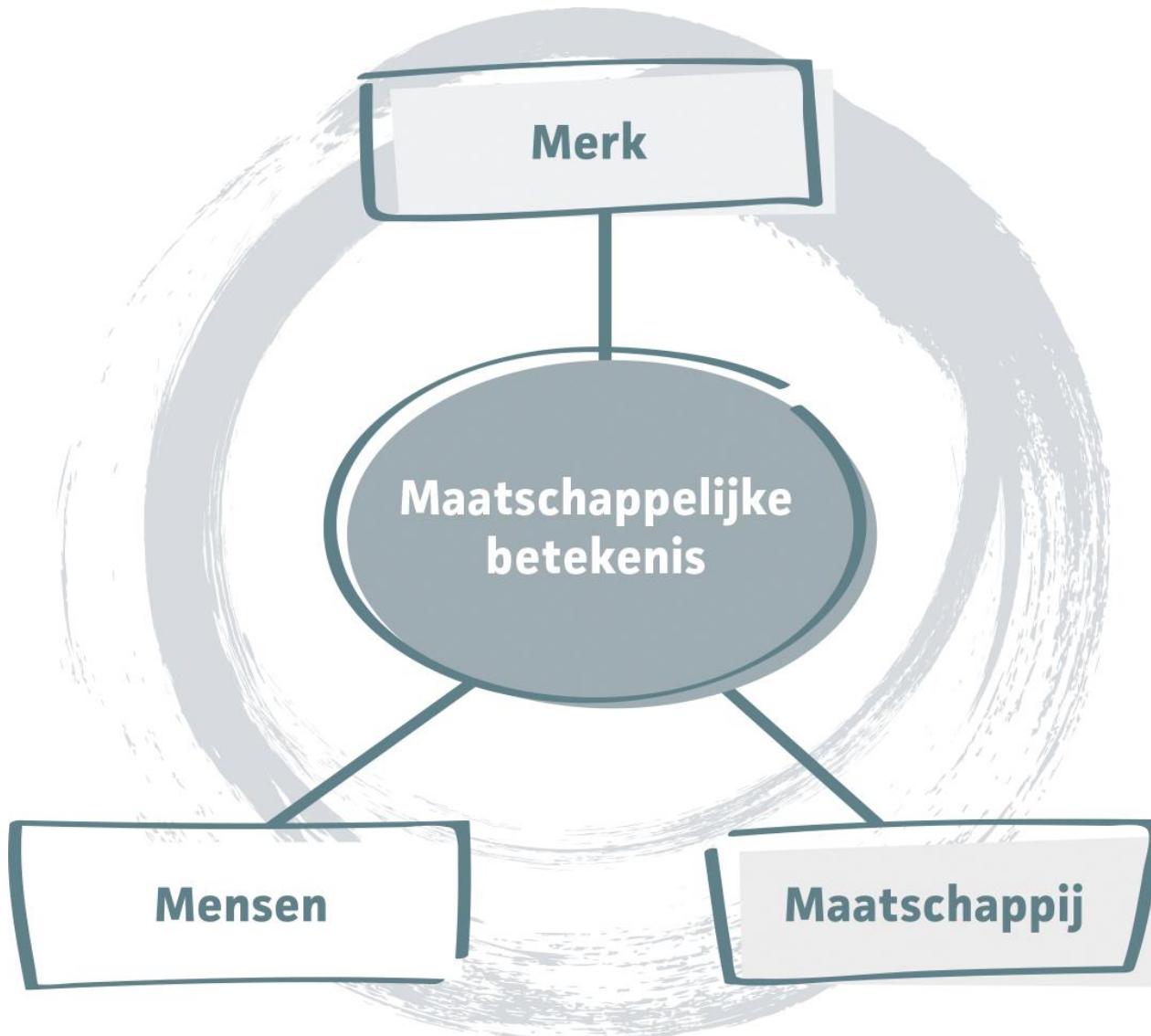
Better farming  
Better future



# Grounding strategy in a sense of wider societal purpose

MVO

Marketing



# Maatschappelijke betekenis in de merkpositionering

Maatschappelijke betekenis als kern  
(why)

Maatschappelijke betekenis  
strategische pijler (how)

Maatschappelijke betekenis als  
productattribuut (what)

# De kern (why)



The bottle is the message



# Kern: strategisch framework Eneco



**Welkom in de  
nieuwe wereld.**  
**Eneco**

## DSM Company Brand DNA in context

Climate & Energy      Societal Trends      Globals shifts      Health & Wellness

**Business Strategy**  
DSM in Motion: Driving focused growth

### Mission

Our purpose is to create brighter lives for people today and generations to come. We connect our unique competencies in Life Sciences and Materials Sciences to create solutions that nourish, protect and improve performance.



### Core Value Sustainability

Improving the quality of people's lives  
Contributing to a healthier planet  
Driving profitable growth and value creation



**DSM**  
BRIGHT SCIENCE. BRIGHTER LIVING.

**Brand Personality**  
**Bright**  
**Responsible**  
**Engaging**

### Culture & Behavior

Customer and External Focus  
Drive for Results  
Improve, Innovate and Change  
Engage People  
Act Responsibly

### Positioning

DSM is a global science-based company active in health, nutrition and materials. By connecting its unique competencies in Life Sciences and Materials Sciences DSM is driving economic prosperity, environmental progress and social advances to create sustainable value for all stakeholders.

Brand Architecture

Visual Identity

Verbal Identity

## Drie groeiplatforms:

- Voeding en gezondheid
- Circulaire economie
- Klimaatverandering

# Strategische pijler (how)



# Strategische pijler (how)



# Product/merk-attribuut (what)



# Product/merk-attribuut (what)



**'t Scharrelseizoen  
is geopend.**

**Nieuw Boeren Scharrelrookworst.**

Het is weer tijd voor een lekkere stamppot. Maar dan wil je een rookworst die bijzonder smaak en sappig is, gemaakt van het beste scharrelvlees. Bovendien is deze worst bereid volgens een traditioneel boerenrecept. Zo lekker, dat je er verliefd op zou kunnen worden. **Dat kan alleen maar Unox zijn.**

**Unox**



**A VOOR IEDEREEN HET BESTE ONDER DE ZON**

**Wij staan bekend om onze passie voor smaak en kwaliteit, maar ook duurzaamheid vinden wij erg belangrijk. Daarom bezoeken we regelmatig de landen waar ons fruit vandaan komt. We werken samen met onze fruitleveranciers om de keten steeds duurzamer te maken. Natuurlijk kiezen we ook voor een verantwoorde verpakking die bijdraagt aan de wereldwijde zorg voor onze bossen.**

Lees meer op [www.appelsientje.nl](http://www.appelsientje.nl)

**VERPAKKING**

**BIJ DRANKKARTONS**

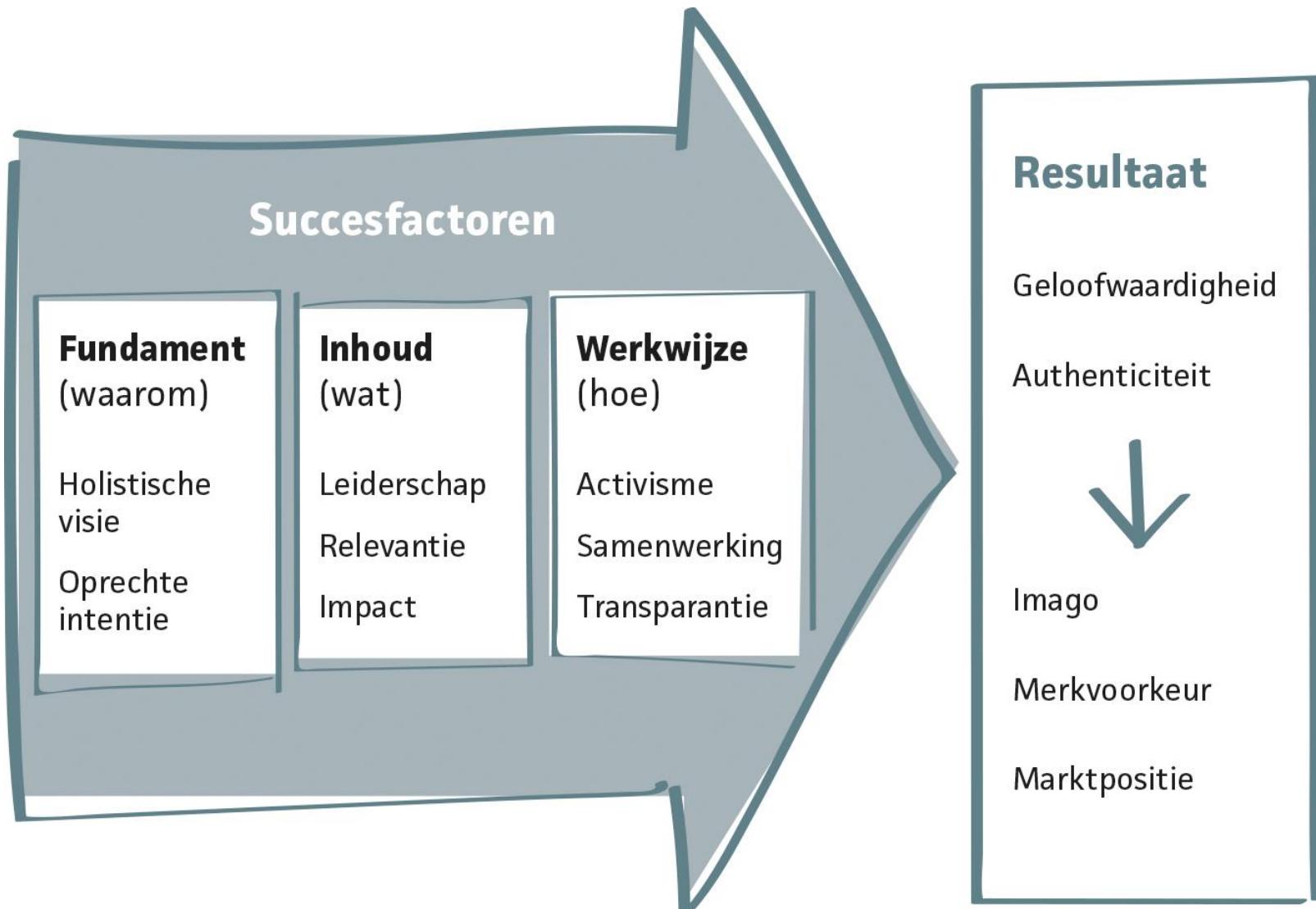
**MIX**  
Karton van verantwoerde herkomst  
**FSC® C014047**

Koop je dit Tetra Pak® drankkarton, dan draag je bij tot de wereldwijde zorg voor onze bossen.

# Vier betekenismixstrategieën



# Succesfactoren maatschappelijke betekenis





Kamer gewaarschuwd over 'aflosboete' en 'Hillen-subsidie' >



Oud-NS-topman bagatelliseert zijn rol in omkopingszaak >



Kinderopvang volgend jaar mogelijk fors duurder >



'DSB was heel erg failliet' >

Richard Smit • Ondernemen

ma 13 nov

Tekst Krant   

# Goed doen levert ondernemers gewoon geld op, maar niet voor iedereen

Een bedrijf dat geld steekt in goede doelen wekt sympathie op. Maar het levert ook gewoon geld op, blijkt uit nieuw, langlopend onderzoek. Alleen gaat dat niet voor alle bedrijven op. Ondernemingen zoals Lidl en Nationale-Nederlanden halen er geen klandizie mee op.

Investeren in maatschappelijke initiatieven levert trouwere klanten op, zo blijkt uit een langdurig onderzoek van Rijksuniversiteit Groningen en data-analysebedrijf MIcompany. Nederlandse bedrijven die maatschappelijk investeren blijken 7% meer loyale klanten te hebben. Die consumenten zijn na twee jaar nog klant.

## Volgen via mijn nieuws

 Duurzaamheid 

 Goede doelen 

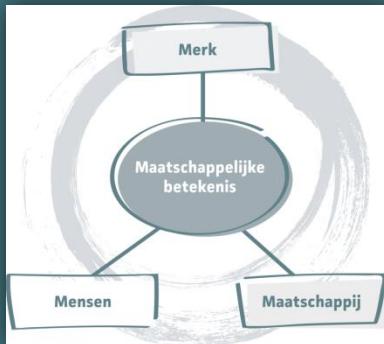
 Innovatie 

 Investeringen 

 Marketing 

 Rijksuniversiteit Groningen

# VALUES MATTER



- ✓ Sterker merk
- ✓ Betere wereld
- ✓ Gelukkige mensen



**b-open**

building better brands  
for a better world

Meer informatie:

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