

Filantropie werkt niet voor merken

04-07-2007 00:00

Ethische merken zijn in opmars, maar consumenten volgen die ontwikkelingen met scepsis. Bijna de helft vindt dat de bedrijfsethiek wereldwijd is verslechterd.

Zes van de tien ondervraagden zegt open te staan voor ethische merken, maar dan moet er wel genoeg informatie beschikbaar zijn. De behandeling en beloning van werknemers is volgens het merendeel van de respondenten de belangrijkste ethische factor. Filantropie of sponsoring van goede doelen geldt als een van de minst belangrijke thema's.