

Leertaken Unilever

Leertaken Unilever

1. Duurzaamheid vertaald naar het product

a. Bestudeer het [Unilever sustainable living plan](#)

Kies een Unilever voedingsproduct dat je regelmatig zelf gebruikt. Hoe werkt Unilever aan de hand van het Unilever Sustainable Living Plan om dit product duurzamer te maken? Bekijk of je op de website van het product informatie kan vinden over de duurzaamheid.

b. Wat levert het uiteindelijk op? Wat is de impact voor people/planet/profit?

c. Hoe past dit voorbeeld bij een duurzaam business model, ofwel:

d. Zijn er meer inkomsten door kwaliteit zichtbaar te maken?

e. Zijn er minder uitgaven door duurzaam om te gaan met schaarse middelen?

2. De duurzaamheidscode ontcijferd

Een voedselgigant zegt dat hij de wereld kan redden én de winst kan verdubbelen. Dit roept al snel wantrouwen op, want hoe duurzaam is Unox groentesoep eigenlijk? of Knorr saus uit een pakje? Platform voor onderzoeksjournalistiek Investico zocht het uit. Tijdens de 'Groene Live' gaan ze over de uitkomsten met betrokkenen en experts in discussie.

Bekijk de [De Groene Live #7 over Doe maar lekker duurzaam](#) en lees het artikel 'Duurzaamheid uit een pakje'

a. Wat vind je van het verschil tussen de papieren werkelijkheid en de duurzaamheidspraktijk van Unilever?

Unilever en greenwashing

Een duurzaam imago loont, want duurzaamheid verkoopt. Toch ligt misleiding en greenwashing op de loer. Er kunnen allerlei claims gedaan worden met betrekking tot het milieu en duurzaamheid, maar soms zijn deze haast niet te controleren. Soms zijn duurzaamheidsclaims erg vaag gedefinieerd. Sommige logo's op verpakkingen wekken de indruk dat zij afkomstig zijn van een onafhankelijk duurzaamheidskeurmerk, maar blijken bij nadere inspectie gewoon verzonnen door de fabrikant zelf. In Nederland is zelfs een prijs in het leven geroepen voor greenwashing: 'het Gouden Windeï'. Organisator Foodwatch heeft deze prijs al twee keer toegekend aan Unilever.

b. Wat vind je er van dat Unilever duurzaamheid inzet als marketingtool om consumenten te verleiden tot meer bewuste voedingskeuzes?

Unilever is wereldwijd een van de grootste afnemers van palmolie. Het is een goedkope oliesoort die wordt verwerkt in maar liefst 60% van de levensmiddelen. Palmolie bevat meer verzadigd vet dan andere oliesoorten en heeft daarom een negatief gezondheidseffect. Daarnaast wordt al jarenlang gediscussieerd over de negatieve neveneffecten van de teelt van palmolie: ontbossing, bestrijdingsmiddelen die drinkwater vergiftigen, het uitsterven van diersoorten en slechte arbeidsomstandigheden. Unilever zit diep geworteld in de ongezonde en milieubelastende palmolie, tegelijkertijd timmert Unilever aan de weg om duurzaamheid te integreren in de zakelijke strategie. www.taskforceduurzamepalmolie.nl

c. Zoek vier voedingsproducten van Unilever die je regelmatig eet en waar palmolie in zit. Palmolie zit verwerkt in een groot aantal bewerkte voedingsmiddelen, bijvoorbeeld in soepen, pizza, chocolade, brood, koekjes, pindakaas, margarine en snacks.

d. Lees de volgende kritische artikelen over duurzame palmolie:

www.palmolie.info/keurmerk-duurzame-palmolie-is-misleidend/

[Palmolieschandaal: multinationals profiteren van kinderarbeid en uitbuiting](#)

[Duurzame palmolie bestaat daar niet en het keurmerk voor duurzame palmolie is misleidend](#)

Wat vind je er van dat Unilever vooral bezig is om niet-duurzame producten een klein stapje duurzamer te maken, terwijl tegelijkertijd veel misstanden blijven bestaan?

3. Het gezicht achter Unilever's duurzaamheidsbeleid

Anniek Mauser, Directeur Duurzaamheid Unilever Benelux

twitter.com/anniekmauser (@anniekmauser)

- a. Zoek op internet naar filmpjes, artikelen en/of interviews om een indruk te krijgen van het profiel van Anniek Mauser.
- b. Zoek vervolgens twee aansprekende statements van deze manager en leg uit waarom je deze aansprekend vindt.

4. De klant en de Vijf Hefbomen voor Verandering

Unilever heeft voor de uitvoering van haar duurzaamheidsplan (het 'Sustainable living plan') een model ontwikkeld gericht op gedragsverandering bij de consument. Bekijk de website van Unilever over [de Vijf Hefbomen voor Verandering](#) en bijlage 2.

- a. Geef aan hoe Unilever werk maakt van elk van de vijf hefbomen om het gedrag van consumenten te veranderen.
- b. Pas de vijf hefbomen toe op de wijze waarop je ouders eten&drinken kopen. Aan welke hefbomen moet nog het meest gewerkt worden om je ouders duurzamer te laten inkopen?