

<persbericht Monitor Merk & Maatschappij 2024>

PERSBERICHT

Aandacht consument voor duurzaamheid daalt fors.

Utrecht, 17 december 2024 – Voor het eerst heeft de consument minder aandacht voor duurzaamheid bij aankoopbeslissingen. Bij diverse duurzaamheidsthema's, zoals milieu, biodiversiteit, eerlijke handel, plasticverbruik en lokale productie is sprake van een forse daling van circa 5% ten opzichte van 2023. Ook is in alle onderzochte productcategorieën, met uitzondering van auto's, het belang dat men bij aankoop hecht aan duurzame aspecten teruggelopen. In de categorie energie is dit belang zelfs met 12% gedaald ten opzichte van vorig jaar.

Dit blijkt uit de rapportage 2024 van de Monitor Merk & Maatschappij. Dit kwantitatief onderzoek meet sinds 2008 de houding van de Nederlandse consument op het gebied van duurzaamheid en de maatschappelijk rol van bedrijven. De monitor is een initiatief van MarketResponse en b-open.

Klimaatverandering boeit een stuk minder

De consument heeft duidelijk andere prioriteiten. Zo vinden minder mensen dat we klimaatverandering zo snel mogelijk moeten stoppen en dat we in Nederland meer actie moeten ondernemen om klimaatverandering tegen te gaan. Daarnaast is het percentage mensen afgenomen dat vindt dat activisme nodig is zodat de overheid duurzamer beleid ontwikkelt en bedrijven duurzamer gaan ondernemen.

Verder is men het afgelopen jaar minder gaan letten op wat bedrijven doen op het gebied van duurzaamheid en verwachten ook minder mensen dat bedrijven hen informeren over hun duurzaamheidsbeleid of over een duurzame levensstijl.

Onverschilligheidsbarrière doorbreken

Onderzoekers Gerrit Piksen en Bart Brüggewirth signaleren naast dalende interesse voor duurzaamheid dat ook minder mensen een groter vertrouwen hebben in merken, als die laten zien dat ze duurzaam ondernemen. "Consumenten ervaren weinig daadkracht en urgentie bij de overheid en het bedrijfsleven nu er een ander politiek klimaat is ontstaan. Ze vragen zich af waarom je dan als consument wel in actie zou komen. Het is de uitdaging voor bedrijven om door die onverschilligheidsbarrière heen te breken door duurzaamheid verder te integreren in hun beleid en te laten zien waarom duurzaamheid aantrekkelijk of relevant voor ze is."

Zie voor meer uitkomsten de infographic 'Monitor Merk & Maatschappij 2024 in vogelvlucht'

Over MarketResponse

Hoe en waar kun je je als merk in onze steeds digitalere samenleving nog écht onderscheiden? Waar laat je mensen zien en voelen waar je voor staat en maak je beloftes waar? Het antwoord: in de customer experience. Mensen beoordelen merken en organisaties immers op basis van beeldvorming en persoonlijke ervaringen. MarketResponse helpt organisaties om dit te begrijpen en erop in te spelen.

Over b-open

b-open bouwt sterkere merken voor een betere wereld. Het bureau ondersteunt sinds 2003 bedrijven bij de ontwikkeling en implementatie van hun duurzaamheidsbeleid en bij de integratie daarvan in strategie, positionering, innovatie en communicatie. Daarmee stelt b-open bedrijven in staat positief bij te dragen aan maatschappelijke uitdagingen en daarmee hun marktpositie te verbeteren.

Noot voor de redactie:

Klik [hier](#) voor meer informatie over de Monitor Merk & Maatschappij.

Of neem contact op met:

Bart Brüggewirth van b-open: bart@b-open.nl, tel. 06 – 14 92 61 53

Gerrit Piksen van MarketResponse: gerrit.piksen@marketresponse.nl, tel. 06 – 46 08 73 54