

Persbericht voorjaarsmeting Monitor Merk & Maatschappij 2025

Dalende interesse in duurzaamheid stabiliseert, maar polarisatie neemt toe

Utrecht, 15 juli 2025 In de voorjaarsmeting van de Monitor Merk & Maatschappij (MMM) 2025 is te zien dat de eerder ingezette daling in aandacht voor duurzaamheid is gestopt. De houding van Nederlandse consumenten blijft stabiel ten opzichte van 2024. Tegelijkertijd groeit de kloof tussen uitgesproken voorstanders en tegenstanders van duurzaamheid. De middengroep – consumenten die duurzaamheid wel belangrijk vinden, maar niet doorslaggevend – krimpt.

Groei van uitersten

Het aandeel consumenten dat duurzaamheid bij aankopen zeer belangrijk vindt, is gestegen van 13% in 2024 naar 18% in 2025. Tegelijkertijd is ook het aandeel dat duurzaamheid onbelangrijk vindt gegroeid: van 8% naar 10%.

Ook op andere vlakken wordt de polarisatie zichtbaar. Steeds meer consumenten voelen zich nadrukkelijk verantwoordelijk om duurzaam te kopen (17%, tegenover 13% in 2024). Het aantal mensen dat vindt dat bedrijven maatschappelijke standpunten moeten innemen, stijgt naar 56% (was 49%).

Daarnaast vindt 49% van de consumenten dat schade aan milieu en samenleving mag worden doorberekend in de prijs van producten, een toename ten opzichte van 44% in 2024.

Tegelijk groeit ook de groep consumenten die duurzaamheid links laat liggen. Zo geeft 43% aan dat duurzaamheid geen rol speelt bij de keuze van een supermarkt – een stijging ten opzichte van 40% in 2024 en 31% in 2020. Eén op de vijf consumenten (20%) zegt bij het doen van aankopen niet of nauwelijks op het milieu te letten.

Polarisatie vraagt om keuzes

De toegenomen tegenstellingen onder consumenten sluiten aan bij een bredere maatschappelijke trend van polarisatie. Voor organisaties die duurzaam gedrag willen stimuleren, wordt het belangrijker om doelgroepen scherp te definiëren en de boodschap daarop af te stemmen. Een algemene duurzaamheidsboodschap bereikt niet langer iedereen. Merken zullen duidelijker moeten kiezen voor wie ze er zijn, en hoe ze duurzaamheid vertalen naar hun producten, communicatie en gedrag.

Over de Monitor Merk & Maatschappij

De Monitor Merk & Maatschappij is het langstlopende jaarlijkse marktonderzoek van MarketResponse en [b-open](#) naar verantwoord consumeren en de maatschappelijke rol van merken. Het onderzoek meet zowel algemeen als sectorspecifiek de houding van consumenten ten opzichte van duurzaamheid.

De voorjaarsmeting van 2025 werd uitgevoerd onder ruim 1.000 respondenten in de periode april tot en met juni. Bedrijven kunnen zich aanmelden voor deelname aan de najaarsmeting, die in het najaar van 2025 opnieuw wordt gerapporteerd.