



SUSTAINABLE BRAND INDEX

Hållbarhetsintresset står stadigt trots en turbulent omvärld

Trots en värld präglad av osäkerhet, med geopolitiska konflikter, en svårbedömd ekonomi och politiska skiften som Donald Trumps återkomst på den globala scenen, förblir konsumenternas intresse för hållbarhet orubbat. Sustainable Brand Index 2025 visar att hållbarhetsintresset numera är en konstant faktor i samhället.

Under 2010-talet såg vi hur makrohändelser påverkade hållbarhetsagendan. När Donald Trump blev president första gången tappade hållbarhet i relevans, medan Greta Thunbergs genomslag några år senare åter satte frågan högt på agendan. På 2020-talet har dock intresset stabiliserats. Mellan 2013 och 2020 fluktuerade hållbarhetsintresset med i snitt 24 procentenheter. Mellan 2021 och 2025 är förändringen endast 3 procentenheter.

Hållbarhet har gått från att vara en krydda för företag till att vara en integrerad del av affärsmodeller och strategier. Trots ekonomisk osäkerhet och globala kriser är hållbarhet lika högt prioriterat idag som för fem år sedan.

-Detta tyder på ett 'New Normal' där hållbarhet inte längre är en trend som kommer och går, utan en permanent del av konsumenternas förväntningar på företag och samhället i stort. Trots flera globala händelser av dignitet, såsom kriget i Ukraina, den tuffa ekonomin och nu senast Donald Trumps återtag är hållbarhetsintresset orubbligt, säger Erik Elvingsson Hedén, grundare av Sustainable Brand Index.

Erik Elvingsson Hedén
Grundare Sustainable Brand Index
erik.heden@sb-insight.com
+46 708 651397
www.sb-insight.com

Sustainable Brand Index är Europas största oberoende varumärkesstudie om hållbarhet. Studien har genomförts årligen sedan 2011. I 2025 års svenska studie har ett riksrepresentativt urval om 25 000 respondenter i åldern 16–75 år intervjuats under perioden december 2024 - februari 2025. Respondenterna kommer från Norstats panel.