



SUSTAINABLE BRAND INDEX

Interessen for bærekraft står sterkt til tross for en turbulent verden

Til tross for en verden preget av usikkerhet, med geopolitiske konflikter, en uforutsigbar økonomi og politiske endringer som Donald Trumps tilbakekomst på den globale scenen, forblir forbrukernes interesse for bærekraft urokkelig. Ifølge Sustainable Brand Index 2025 viser analyser at bærekraft nå er en stabil faktor i samfunnet.

På 2010-tallet så vi hvordan makrohendelser påvirket bærekraftsagendaen. Da Donald Trump ble president for første gang, mistet bærekraft sin relevans, mens Greta Thunberg noen år senere satte det på dagsordenen igjen. På 2020-tallet har imidlertid interessen stabilisert seg. Mellom 2013 og 2020 svingte interessen for bærekraft med i gjennomsnitt 24 prosentpoeng. Mellom 2021 og 2025 er endringen bare 3 prosentpoeng.

Bærekraft har gått fra å være et tillegg for selskaper til å bli en integrert del av forretningsmodeller og strategier. Til tross for økonomisk usikkerhet og globale kriser er bærekraft like høyt prioritert i dag som for fem år siden.

-Dette tyder på en «ny normaltilstand» der bærekraft ikke lenger er en trend som kommer og går, men en permanent del av forbrukernes forventninger til bedrifter og samfunnet som helhet. Til tross for flere store globale hendelser, som krigen i Ukraina, den tøffe økonomien og nå sist Donald Trumps gjenkomst, er interessen for bærekraft urokkelig, sier Erik Elvingsson Hedén, grunnleggeren av Sustainable Brand Index.

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

Sustainable Brand Index er Europas største uavhengige merkevareundersøkelse om bærekraft. Studien har blitt gjennomført årlig siden 2011. I 2025-studien har et riksrepresentativt utvalg på 25 000 respondenter i alderen 16–75 år blitt intervjuet i perioden desember 2024 - februar 2025. Respondentene kommer fra Norstats panel.