

Nederlander ongevoelig voor groene merken

28-03-2007 00:00

In vergelijking met andere Europese landen lijkt de Nederlandse consument het minst gevoelig voor milieubewuste merken. Dit komt naar voren uit het European Trusted Brands onderzoek van Reader's Digest. Dit onderzoek is gehouden in vijftien Europese landen.

De Engelse consument blijkt het meest milieubewust te zijn bij het waarderen van een merk. De Nederlandse consument laat zich meestal leiden door eigen ervaringen met een merk. Wat opvalt aan de uitkomsten, is dat er een grote opwaardering van A-merken te zien is.