

De Vegetarische Slager is 'duurzaamste merk'

31-03-2022 08:00



De Vegetarische Slager is door consumenten uitgeroepen tot het meest duurzame merk van Nederland. Dat blijkt uit de Sustainable Brand Index, die voor de zesde keer is gepresenteerd.

Vorig jaar eindigde De Vegetarische Slager nog als tweede, achter Tony's Chocolonely. Het chocolademerkt, dat de afgelopen vier jaar won, moet nu genoegen nemen met de tweede plek. Energieleverancier Greenchoice eindigde als derde.

Consumenten waarderen de manier waarop De Vegetarische Slager het verhaal uitlegt over vlees en de uitdagingen die daarbij komen kijken, zegt country director Annemarije Tillema van de Sustainable Brand Index. "Door de ernst van de klimaatimpact van vleesconsumptie in evenwicht te brengen met humor en smakelijke producten, slaagt De Vegetarische Slager erin een breed publiek aan te trekken en te boeien, niet alleen old-school vegetariërs."

Categoriewinnaars

In de categorie beauty won The Body Shop. Bol.com eindigde net als vorig jaar bovenaan in de categorie e-commerce. Albert Heijn was weer de winnaar bij de supermarkten, IKEA ging er met de prijs vandoor in de categorie retail. La Place won in de categorie restaurants, cafés & take away.

De Sustainable Brand Index is naar eigen zeggen Europa's grootste merkenonderzoek naar duurzaamheid.

Tussen december 2021 en februari 2022 zijn 11 duizend Nederlanders van 16 tot 75 jaar ondervraagd.