

Studiensteckbrief zur DEUTSCHLAND TEST-Untersuchung „Zukunftsorientiertes Engagement“

Untersuchungsobjekte:	1.500 Unternehmen / Marken aus 80 unterschiedlichen Branchen
Methode:	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Bevölkerungsumfrage über ein externes Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	Januar bis Februar 2026
Stichprobe:	186.966 Urteile
Fragestellung:	„Unternehmen / Marken bemühen sich zunehmend, den Verbraucherinnen / Verbrauchern gegenüber zukunftsorientiert zu handeln. Inwieweit trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich und Ihre Erfahrungen zu: Ich habe in den letzten 24 Monaten als Verbraucherin / Verbraucher erfahren, dass sich Unternehmen / Marke [...] für die Zukunft engagiert!“
Antwortskala:	„trifft zu (1), trifft eher zu (2), trifft eher nicht zu (3), trifft nicht zu (4) bzw. kann ich nicht beurteilen / ist mir nicht bekannt (-)“
Auswertung:	Für die Auswertung wird der Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 4-stufigen und voll verbalisierten Zustimmungsskala je Unternehmen / Marke berechnet
Auszeichnung:	Für die branchenspezifische Auszeichnung eines Unternehmens ist die Überdurchschnittlichkeit <u>nicht</u> ausreichend. Das Prädikat „Zukunftsorientiertes Engagement – Sehr stark“ zeichnet daher exklusiv Unternehmen aus, deren individueller Mittelwert mindestens niedriger (= noch besser) als der Mittelwert der „überdurchschnittlichen“ Gruppe ist. Das beste Unternehmen der jeweiligen Branche erhält als Alleinstellungsmerkmal das Prädikat „Zukunftsorientiertes Engagement – Nr. 1 / Branchensieger“.