

**KANTAR**

# Sustainability Sector Index 2026

Worauf fokussieren für mehr  
Akzeptanz und Veränderung?

SUSTAINABLE  
TRANSFORMATION  
PRACTICE



# Sustainability Sector Index

Wir leiten die Ambitionen und Maßnahmen Ihrer Marke durch tiefes Verständnis von Verhalten und Einstellungen der Konsument\*innen in Bezug auf Nachhaltigkeit

## Überblick

---

Kantars Global Sustainability Sector Index ist eine etablierte syndizierte Studie, die hilft, die Nachhaltigkeitsstrategie und den Aktivierungsplan Ihrer Marke zu entwickeln, indem sie die Prioritäten, das Verhalten und die Wahrnehmung der Verbraucher\*innen versteht.

Die Studie ist eine Richtlinie dafür, wie Sie bei Nachhaltigkeitsfragen handeln sollten, um kommerzielle Chancen zu ergreifen und in Ihrem Sektor erfolgreich zu sein.

Der Index richtet Ihre Strategie an die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) aus und bietet einen umfassenden Überblick über relevante Nachhaltigkeitsfragen und Markenbewertungen ausgewählter Branchen, basierend auf einer ausgefeilten Methodik und einer breiten Branchensperspektive, die weltweit zum fünften Mal in Folge durchgeführt werden.

## Vorteile

---

### Verstehen Sie das gesamte Bild

- Ein breites Verständnis der Auswirkungen von Nachhaltigkeit und anderen makroökonomischen Themen zur Optimierung Ihrer lokalen oder mehrländerspezifischen Strategie
- SDGs und Anliegen zeigen die Bereiche auf, bei denen Marken Lösungen anbieten können und sollten
- Erfahren Sie, wie die Stimmung in Ihrem Land ist und wie sich die verschiedenen Nachhaltigkeitssegmente im Laufe der Zeit verändert haben

### Branchenspezifische Betrachtung

- Identifizieren Sie die relevantesten nachhaltigen Anliegen, die in Ihrem Sektor angegangen werden müssen
- Schärfen Sie Ihre Marketingstrategie, indem Sie Ihre Branchenleistung mit Analysen erforschen: Value-Action-Gap, Handlungsmatrix, Licence to operate und Greenwashing-Wahrnehmungen

## Herangehensweise

---

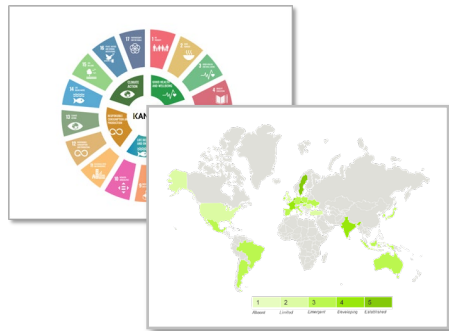
Ungefähr 12.000 quantitative Online-Interviews, durchgeführt im November 2025:

- 12 Länder auf der ganzen Welt
- Sie decken 42 Sektoren ab, darunter Lebensmittel und Getränke, Körperpflege, Unterhaltung, Einzelhandel, Mobilität, Energie, Elektronik, Finanzdienstleistungen, Reisen und Transport, Alkohol, Häuser, Öl und Gas und weitere
- Deep Dive auf Markenebene für alkoholische Getränke, Kosmetik, Online-Shopping-Seiten, Reisen- und KI-Tools
- Ausgefeilte und validierte Methoden zur Messung der Sektorleistung (4-Felder-Matrix), Index (4 Säulen), Greenwashing und viele weitere Analysewerkzeuge

# Der Global Sustainability Sector Index von Kantar beantwortet fünf zentrale Fragen und zeigt die effektivste Ausrichtung für Ihre Marke in Ihrem Sektor

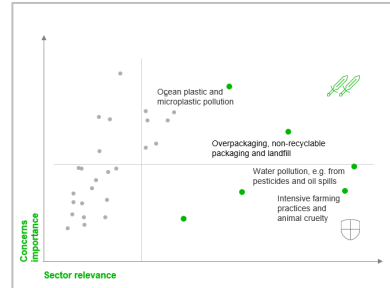
## Wie stark sind die Menschen von Nachhaltigkeitsthemen betroffen?

Was Menschen wichtig ist und wie sie handeln, hängt stark von ihrem Wohnort auf der Welt zusammen. Wir untersuchen, wie Nachhaltigkeit das Leben der Menschen insgesamt und mit Blick auf die 17 SDGs beeinflusst.



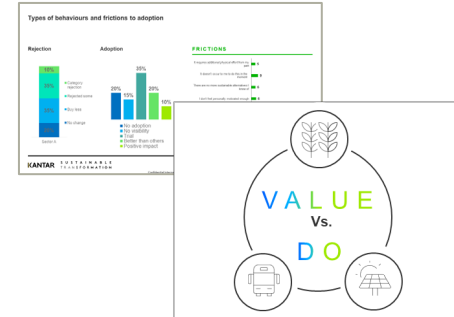
## Welche Probleme betreffen Ihren Sektor am stärksten?

Identifizieren und priorisieren Sie die relevantesten Sorgen für Ihre Marke. Wir betrachten Themen, die direkt mit Ihrem Sektor in Verbindung gebracht werden, und wie diese sich unterscheiden von denen, die die Menschen allgemein in Ihrem Land am meisten beschäftigen.



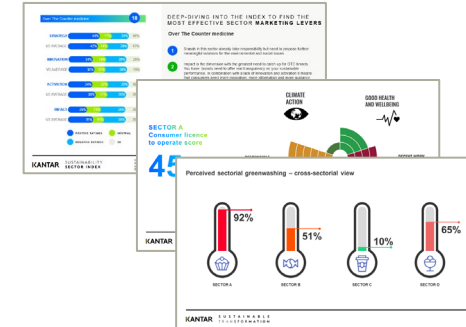
## Was sind die damit verbundenen nachhaltigen Verhaltensweisen?

Entdecken Sie die Verhaltensmuster in Ihrer Branche, das Ausmaß des Value-Action-Gap und die greifbarsten Hürden für die Einführung nachhaltiger Angebote in Ihrer Kategorie.



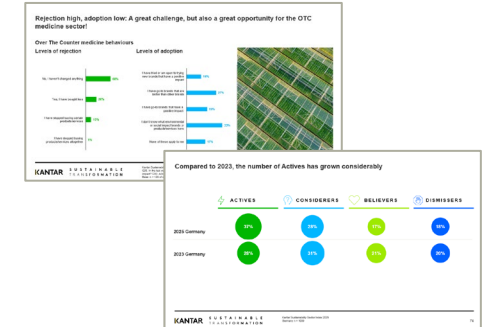
## Wie können Sie ein Nachhaltigkeitsführer in Ihrem Sektor sein?

Sehen Sie, wie Ihr Sektor in Bezug auf kritische Nachhaltigkeitsthemen wie Klimawandel oder Armut wahrgenommen wird. Richten Sie Ihre Aktionspläne aus an den Marketingsäulen Strategie, Innovation, Aktivierung und Impact sowie am Grad des Social-/Greenwashing in Ihrer Branche.



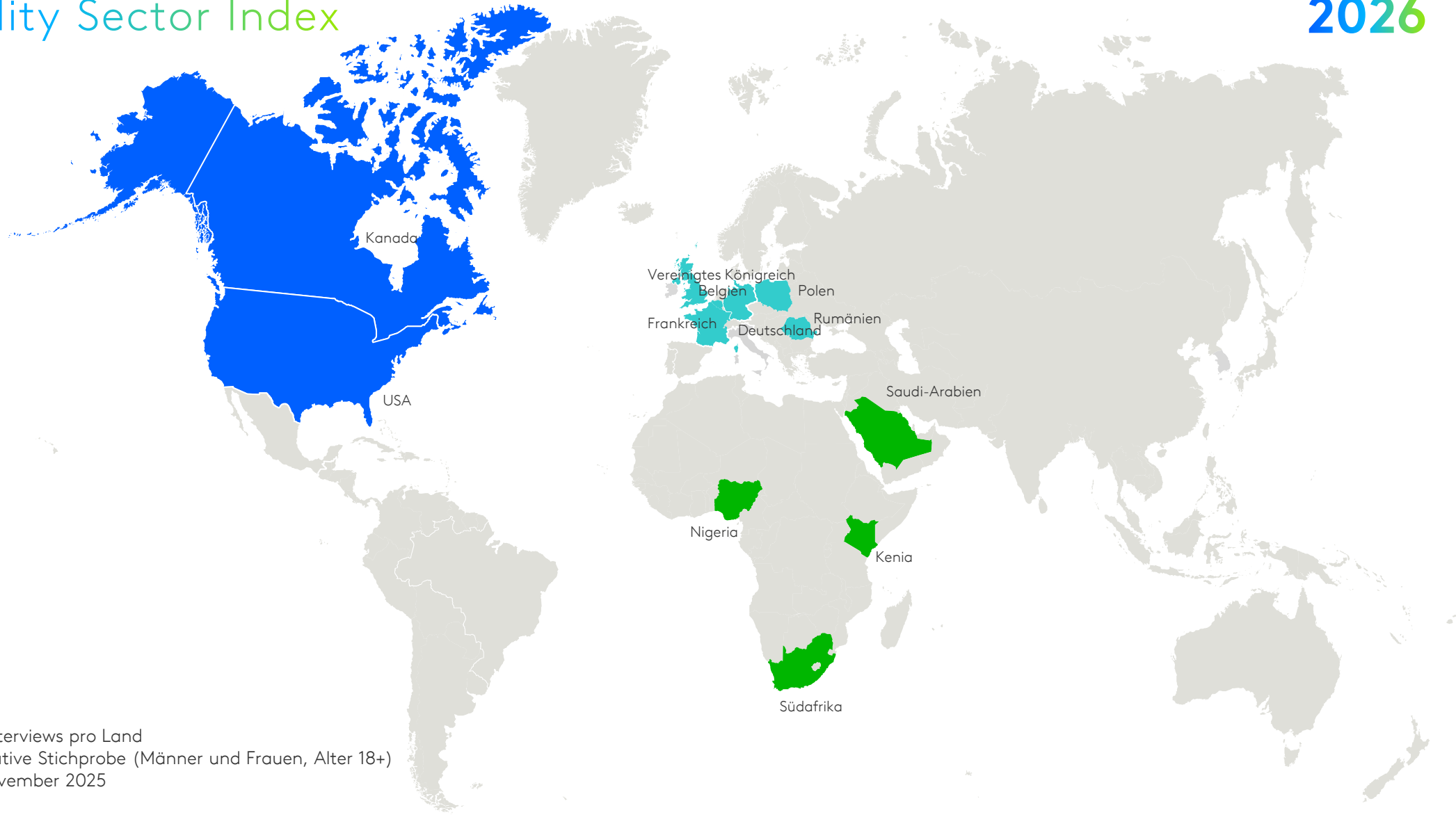
## Wie trifft man die richtige Botschaft und das richtige Zielpublikum?

Erfahren Sie mehr über die verschiedenen Zielgruppen, die Sie ansprechen können, und welche Botschaften die einzelnen Nachhaltigkeitssegmente am besten erreichen.



## 12 Länder

- Belgien
- Frankreich
- Deutschland
- Vereinigtes Königreich
- Polen
- Rumänien
- Kenia
- Nigeria
- Südafrika
- Kanada
- USA
- Saudi-Arabien



**STICHPROBE:** 1000 Interviews pro Land  
**WER:** National repräsentative Stichprobe (Männer und Frauen, Alter 18+)  
**WANN:** Feldarbeit im November 2025

## ESSEN & GETRÄNKE



Kaffee



Fast-Food-/  
Freizeitrestaurants



Chips, herzhafte  
Snacks



Verpackte Kekse,  
verpackte Kuchen



Brot und  
Backwaren



Getrocknete  
Pasta, Reis,  
Nudeln, Couscous  
usw.



Milch, Sahne,  
Butter, Joghurt,  
Käse



Fertiggerichte



Süßwaren  
(Schokolade und  
Süßigkeiten)



Aromatisierte  
Getränke



Flaschenwasser



Körperpflege  
(z.B. Mund-  
hygiene,  
Shampoo, Seife,  
Duschgel usw.)



Hautpflege (z.B.  
Gesicht, Körper,  
Sonne usw.)



Kosmetik,  
Make-up



Freizeitaktivitäten  
außer Haus  
(z.B. Kinos,  
Freizeitparks)



Nachrichten-  
medien (z.B.  
Zeitungen,  
Zeitschriften,  
Fernsehen, Radio,  
soziale Medien)

## PERSONAL CARE

## UNTERHALTUNG

Wir decken 42 Branchen ab,  
unsere Daten sind  
reichhaltig und relevant

## EINZELHANDEL



Online-  
Shopping-Seiten  
(z.B. Amazon,  
eBay usw.)



Drogerien



Supermärkte/  
Hypermärkte/  
Kaufhäuser



DIY- und  
Baumärkte  
sowie Produkte



Immobilien  
(Kauf oder Bau)



Energieversorger



Autos



Reifen



Öl und Gas  
(einschließlich  
Benzin / Diesel)



OTC-  
Medikamente  
oder pharma-  
zeutische  
Produkte



Kleidung und  
Schuhe



Luxusprodukte



Tierfutter

## HÄUSER

## MOBILITÄT

## ÖL & GAS

## GESUND- HEIT

## SONSTIGES

## HAUSHALTS- REINIGUNG



Reinigungs- und  
Haushalts-  
Pflegeprodukte



Wäsche, Waschmittel,  
Stoffpflege



Elektronikgeräte  
(Smartphones,  
Fernseher, Computer,  
Kameras usw.)



Telekommunikations-  
anbieter (Festnetz,  
Internet, Mobilfunk)



In-home  
entertainment



Große  
Haushaltsgeräte wie  
Kühlschränke,  
Waschmaschinen,  
Heizungen usw.



Große Technologie-  
unternehmen (z.B.  
Google, Microsoft,  
Facebook, Amazon,  
Nvidia usw.)



KI-Tools



Finanzdienstleistungen  
, Bankwesen und  
Versicherungen



Reisen  
(Fluggesellschaften,  
Eisenbahnen,  
Kreuzfahrt-  
gesellschaften usw.)



Hotellerie (Hotels,  
Unterkünfte usw.)



Lieferdienste (Post,  
Paket, Essen usw.)



Bier, Wein und  
alkoholische Getränke

## REISEN & TRANSPORT

## FINANCE

## ALKOHOL