

The background image shows a group of business professionals in a park-like setting. They are all reaching up with their hands to support a large, realistic-looking globe of the Earth. The globe is positioned in the upper center of the frame. The people are seen from behind or in profile, looking upwards. The background is a soft-focus landscape with green trees and a body of water under a bright sky.

CSR Monitor 2019

Eigenstudie der GfK Austria
Winter 2018/2019

Studie



Ziel dieser Studie ist es herauszufinden, wie wichtig den ÖsterreicherInnen die soziale Verantwortung von Unternehmen ist und welche Maßnahmen Unternehmen in diesem Bereich ergreifen können, um das Kundenvertrauen und bessere Positionierung und Differenzierung zu erreichen.

Design



- n=1000 Online-Interviews (CAWI)
- Repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 15+
- Output: umfangreiche Tabellen- und Chartreport
- Modular aufgebaut: Bezug von einzelnen Modulen ist möglich.

Themen



- Welche Branchen stehen besonders für soziale Verantwortung/ Nachhaltigkeit?
- Welche Bedeutung wird CSR in der Zukunft spielen?
- Wie wichtig ist dieses Thema ganz allgemein und in bestimmten Branchen im Speziellen?
- Welche Bereiche der CSR sind für die Konsumenten am wichtigsten?
- Wo informieren sich die ÖsterreicherInnen über die CSR-Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stehen die ÖsterreicherInnen zu Verpackungsabfall und Maßnahmen zu dessen Reduktion?
- Etc.

Investment



Siehe Seite 10

Timings



Feldarbeit: ca. 2 Wochen
Lieferung: Anfang/Mitte März
(abhängig vom Umfang)

Mit sozialer Verantwortung zum Unternehmenserfolg

Mehr und mehr etablierte und erfolgreiche Unternehmen erkennen die Bedeutung von sozialer Verantwortung (Corporate Social Responsibility - CSR) und investieren systematisch in entsprechende Aktivitäten...

...und es hat gute Gründe:

- **Zunehmendes Interesse** von KonsumentInnen am Thema
- 78% der ÖsterreicherInnen betrachten CSR als ein sehr **wichtiges Thema**
- Auch das **Verständnis** des Themas steigt Jahr für Jahr
- Mehr und mehr ÖsterreicherInnen erwarten sich, dass Unternehmen sich **sozial engagieren**, vor allem in den Bereichen **Umweltschutz** und **Förderung der Region**
- KonsumentInnen sind überzeugt, dass Unternehmen in CSR investieren sollten und auch davon **profitieren**.



Der CSR Monitor – eine ganzheitliche Sicht

Modul 1:

Allgemeinteil mit dem Fokus auf
Verpackungsabfall & Maßnahmen



Modul 2:

Einstellung Ihrer Käufer zum
Thema Nachhaltigkeit



Modul 3:

Ihr CSR-Profil



Modul 1: Allgemeinteil

Modul 1: Allgemeinteil mit dem Fokus auf Verpackungsabfall und Lebensmittelverschwendung



- Welche **Branchen** stehen besonders für soziale Verantwortung/Nachhaltigkeit?
- Wie **wichtig** ist CSR ganz allgemein?
- Welche **Bedeutung** wird CSR **in der Zukunft** spielen?
- Sind die ÖsterreicherInnen an dem Thema **interessiert**?
- Werden die CSR-Aktivitäten der verschiedenen Branchen überhaupt **wahrgenommen**? Sind hier die **positiven Effekte** dieser Aktivitäten bereits sichtbar?
- Wie stehen die ÖsterreicherInnen zu Lebensmittelverschwendung? Werden Aktionen kurz vor dem Ablaufdatum angenommen/unterstützt? Wird die richtige Größe der Packungen gekauft? Oder werden häufig Nahrungsmittel weggeschmissen?
- Wie stehen die ÖsterreicherInnen zu Verpackungsabfall? Achten sie beim Einkauf auf Vermeidung von Verpackungsabfall? Wie sehen die ÖsterreicherInnen Maßnahmen, die ergriffen werden, um Verpackungsabfall zu reduzieren?
- Welche **Umweltschutz-Aktivitäten** der Unternehmen in den jeweiligen Branchen werden wahrgenommen?
- Welche **Themen** sollte die Branche(n) verstärkt angehen?
- Wie werden die **Aktivitäten der Branchen** im Bereich Umweltschutz bewertet?

Modul 2: Einstellungen Ihrer Käufer zum Thema Nachhaltigkeit

Modul 2: Welche Einstellungen haben die Käufer Ihrer Marke zum Thema Nachhaltigkeit?



- Welche **Branchen** stehen besonders für soziale Verantwortung/Nachhaltigkeit? Käufer % und Menge % für Ihre Marke und 4 Mitbewerber mit Gesamtjahr 2018 für:
- Wenn möglich, kaufe ich Großpackungen.
- Ich esse oft etwas unterwegs auf die Schnelle (auf die Hand).
- Ich bestelle häufig beim Lieferservice (z. B. Pizzadienst)
- Ich bevorzuge Produkte, die als nachhaltig deklariert sind.
- Ich kaufe bewusst häufiger Produkte, die die Umwelt weniger belasten.
- Ich habe schon aktiv Informationen über das soziale Engagement eines Unternehmens gesucht.
- Für umweltfreundliche Produkte bin ich bereit, auch mehr Geld auszugeben.
- Ich kaufe bevorzugt fair erzeugte und gehandelte Lebensmittel (Fairtrade / Transfair).
- Ich kaufe bewusst keine Produkte, die von weit her transportiert wurden.
- Für umweltfreundliche Verpackung bin ich bereit, auch mehr Geld auszugeben.
- Ich kaufe gezielt Produkte mit wenig Umverpackung.

Modul 3: Wahrgenommene CSR-Profil Ihres Unternehmens



- Wie wird das **CSR Engagement** Ihres Unternehmens wahrgenommen?
- Wie gut wird Ihr Unternehmen in Bezug auf **6 CSR Dimensionen** beurteilt?
 - ✓ Mitarbeiter
 - ✓ Kunden
 - ✓ Regionalität
 - ✓ Umwelt
 - ✓ Gesellschaft
 - ✓ Lieferanten(Quelle: Überseder, 2011)
- Wo sind die **Stärken und Schwächen** der CSR-Aktivitäten aus Sicht der Konsumenten?

Plus Einschaltung bis zu 3 Exklusiv-Fragen möglich, z.Bsp.:

- Wie ist die **Bekanntheit** der von Ihnen durchgeführten CSR-Aktivitäten?
- Werden diese auch Ihrem Unternehmen **richtig zugeordnet**?
- **Wie glaubwürdig** sind die CSR-Aktivitäten Ihres Unternehmens?
- **Welche Maßnahmen erwarten** sich die ÖsterreicherInnen von Ihrem Unternehmen im CSR-Bereich noch? Etc.

Der CSR Monitor – eine ganzheitliche Sicht

Modul 1:

Allgemeinteil mit dem Fokus auf Verpackungsabfall und Lebensmittelverschwendung



2.990,- EUR

Modul 2:

Einstellung Ihrer Käufer zum Thema Nachhaltigkeit



2.250,- EUR

Modul 3:

Ihr CSR-Profil



3.920,- EUR*

*inklusive max. 3 Exklusivfragen (geschlossen)

Die Module können einzeln oder in einer beliebigen Kombination bezogen werden. Da es sich um eine Multi-Client-Studie handelt, wird die Studie nur beim Erreichen der bestimmten Anzahl an Beziehern tatsächlich durchgeführt. Alle Angaben exklusive USt.