

„Corporate Social Responsibility“ - Soziale Verantwortung von Unternehmen: Nur ein Marketinggag?

Mehr und mehr etablierte und erfolgreiche Unternehmen erkennen die Bedeutung von sozialer Verantwortung (Corporate Social Responsibility - CSR) und investieren systematisch in entsprechende Aktivitäten. GfK Austria führte 2010 erstmals einen CSR-Monitor durch, der diese Bemühungen quantifiziert erfasst um beurteilen zu können, welchen Nutzen Unternehmen daraus ziehen können.

Soziale Verantwortung: fast jeder Österreicher kennt den Begriff

Die Bedeutung von CSR hat in den letzten Jahren zugenommen. Dies spiegelt sich auch darin wider, dass bereits 9 von 10 Österreicherinnen und Österreicher eine Vorstellung von dem Begriff „soziale Verantwortung von Unternehmen“ haben. 4 von 10 wissen sogar ganz genau, worum es dabei geht - vor allem höhere Einkommensklassen, Männer und über 50-Jährige sind bestens informiert.

Dieser hohe Stellenwert verdeutlicht sich auch in der Frage nach der Wichtigkeit von CSR: mehr als 8 von 10 Österreicher halten gesellschaftliches Engagement von Unternehmen für äußerst oder sehr wichtig. Im Mittelpunkt stehen dabei der Umweltschutz und dass sich das Unternehmen für die Region einsetzt.

Land- und Forstwirtschaft als Vorbildbranche für Soziale Verantwortung/Nachhaltigkeit

Die Branche, die typischerweise mit CSR in Verbindung gebracht wird, ist die Land- und Forstwirtschaft – mehr als zwei Drittel bringen sie mit sozialer Verantwortung/Nachhaltigkeit in Zusammenhang. In deutlichem Abstand folgen Nahrungsmittelhersteller, Forschung und Wissenschaft, Energie- und Wasserversorgung und Gewerbe/Handwerk. Die Finanzbranche ist hingegen kein Zweig, der typischerweise mit CSR assoziiert wird – die diesbezüglichen Erwartungen an Finanzdienstleister sind zurzeit aber auch etwas geringer als an Unternehmen im Allgemeinen. Dennoch legen immerhin knapp zwei Drittel Wert auf gesellschaftliches Engagement von Finanzdienstleistern - insbesondere achten darauf wiederum einkommensstarke Haushalte und Personen im Alter von 50 Jahren und älter.

Land- und Forstwirtschaft als Vorbildbranche für Soziale Verantwortung/Nachhaltigkeit

F7: Denken Sie nun an unterschiedliche Branchen. Welche Branchen stehen aus Ihrer Sicht ganz besonders für Soziale Verantwortung/Nachhaltigkeit von Unternehmen?



Wird mangelnde CSR bei Kaufentscheidungen zum Knock-out Kriterium?

Es ist stark anzunehmen, dass sich die Erwartungen sowohl an Finanzdienstleister als auch ganz allgemein an Unternehmen in Hinblick auf CSR in Zukunft erhöhen werden. Dafür spricht die Tatsache, dass knapp drei Viertel der Österreicherinnen und Österreicher erwarten, dass CSR an Bedeutung gewinnen wird. Beim Abschluss zukünftiger Finanz- und Versicherungsprodukte ist CSR bereits für jeden Zweiten ein wichtiges Entscheidungskriterium. Auf Kaufentscheidungen wird soziale Verantwortung von Unternehmen einen immer größeren Einfluss haben.

Basierend auf den Ergebnisse des CSR-Monitors sollten Unternehmen und Finanzdienstleister zukünftig also verstärkt nach dem folgenden Motto handeln: „Tue Gutes und rede darüber.“

Wie entwickelt sich das Thema Corporate Social Responsibility? – Neudurchführung der Studie 2011

Im Jahr 2010 hat sich im Hinblick auf Corporate Social Responsibility einiges getan – auf den Homepages von Unternehmen, darunter auch Finanzdienstleister, findet man vermehrt Berichte oder gar ganze Sektionen über die jeweiligen CSR-Aktivitäten. Ob diese Aktivitäten Früchte tragen und wie sich die Wichtigkeit des Themas Corporate Social Responsibility in Österreich entwickelt wird demnächst mit einer Wiederholung des CSR-Monitors untersucht.

Quelle:

GfK Austria Finanzmarktforschung, CSR Monitor 2010

Mehr Informationen:

Mag. Sonja Buchinger, Account Manager, GfK Austria Finanzmarktforschung
Mail sonja.buchinger@gfk.com, Telefon 717 10 / 542