

Presseinformation

Konsumenten bevorzugen Produkte von gemeinwohlorientierten Unternehmen

Mediaedge:cia startet TNS Emnid Umfrage zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR).

Bielefeld/Düsseldorf, 31. Mai 2007 – Unternehmen, die sich für das Gemeinwohl engagieren, werden von Konsumenten klar bevorzugt. Die aktuelle Befragung der Düsseldorfer Agentur Mediaedge:cia zeigt, dass in Deutschland beim Kauf von Alltagsprodukten nicht nur das Preis-/Leistungsverhältnis (78 Prozent) und die gute Qualität eines Produkts (75 Prozent) zählen. Für etwa 20 Prozent der Konsumenten ist mindestens einer der folgenden Punkte kaufentscheidend: faire Bedingungen gegenüber Mitarbeitern, faire Handelsbedingungen; soziales oder ökologisches Engagement von Unternehmen.

Dementsprechend können CSR-Maßnahmen der Unternehmen ein attraktives Kaufargument sein: Laut Umfrage würde jeder dritte Befragte das Produkt eines Herstellers mit besonderem Engagement einem preislich und hinsichtlich seiner Produkteigenschaften gleichwertigen Produkt vorziehen.

Doch welches Engagement zählt? Jeder Vierte nennt auf die Frage, wann er ein Unternehmen als besonders verantwortungsbewusst bezeichnen würde, Themen rund um Arbeitsplatzsicherung. Auch Umweltschutz/Schadstoffreduzierung stehen ganz oben auf der Liste (22 Prozent). Neben der Zielsetzung spielt zudem die Art der Umsetzung eine wichtige Rolle: Überzeugend sind CSR-Maßnahmen vor allem dann, wenn sie konsequent und nachprüfbar sind (42 Prozent) und dem eigenen Land zu Gute kommen (41 Prozent).

Der Sensor ist eine monatliche Repräsentativbefragung zu aktuellen Themen der Markt- und Medienforschung. Sie wird im Auftrag von Mediaedge:cia vom TNS Emnid-Institut, Bielefeld, persönlich bei zirka 1.300 Personen im Alter ab 14 Jahren durchgeführt.

Eine zusammenfassende Analyse erhalten Sie als Download unter www.mecglobal.de.

TNS Emnid - the sixth sense of business

Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH wurde vor mehr als 60 Jahren gegründet und gehört damit zu den traditionsreichsten Anbietern in der Markt- und Sozialforschung. Für Auftraggeber aus der Medien-, Politik- und Sozialforschung ist TNS Emnid kompetenter Partner für nationale und internationale Forschungsvorhaben. Mit modernsten und qualitativ hochwertigen Erhebungsverfahren und Instrumenten der Markt- und Sozialforschung generiert TNS Emnid mit der gesamten Methodik vom Face-to-Face Interview über telefonische Interviews bis hin zu Online-Befragungen aktuelle und exklusive Marketinginformationen. Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH ist eine Tochtergesellschaft der TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG. und gehört zur TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London). Sie ist damit Teil einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften weltweit. Weitere Informationen unter www.tns-emnid.com

Mediaedge:cia - Active Engagement

Die zur WPP-Gruppe gehörende Kommunikationsagentur Mediaedge:cia ist in Deutschland an den vier Standorten Düsseldorf, Hamburg, München und Frankfurt vertreten. Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) ist Thilo Krämer. Mediaedge:cia bietet strategische, marketing-orientierte Kommunikationsberatung und -planung für klassische sowie für nicht-klassische Medien. Zum Expertise-Portfolio gehören neben dem klassischen Media-Handling mit allen Facetten auch Sponsoring, Event- und Entertainment-Marketing, Programming, Viral-Marketing und Medienkooperationen sowie Handelsmarketing und Marktforschung. Die Agentur bietet ihren Kunden integrierte und multidisziplinäre Kommunikationsberatung mit Lösungen, die ganzheitlich greifen. Weitere Informationen unter www.mecglobal.de

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Emnid
Jan Peter Gloom
t +49 (0)521 9257 619
f +49 (0)521 9257 333
e jp.gloom@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com

Mediaedge:cia
Anja Wenke
t +49 (0)211 55 88-282
f +49 (0)211 55 88-629
e anja.wenke@mecglobal.com
www.mecglobal.de