

# Konsumentenerwartungen hinsichtlich Corporate Social Responsibility in der Touristik

GfK Consumer Tracking

Die Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung durch Unternehmen ist mehr als nur Selbstzweck. Die Konsumenten achten mehr denn je auf die Herkunft und den Hintergrund der gekauften Produkte, und Qualität bedeutet heutzutage auch die Übernahme gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung bei der Produktion.



Gerade im touristischen Bereich sind die Reaktionen der Kunden auf verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln bisher kaum systematisch erhoben worden. GfK TravelScope stellt nun die Ergebnisse einer umfassenden Untersuchung zum Thema CSR in der Touristik vor. Aus Konsumentensicht wird beleuchtet, welche Bedeutung CSR von welchen Zielgruppen beigemessen wird und welche Aspekte verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns von welchen Zielgruppen nachgefragt werden. In unserer Folgestudie beleuchten wir zudem tiefer gehend die Wichtigkeit bestimmter CSR-relevanter Aspekte hinsichtlich einzelner Touristikbranchen und deren Auswirkung auf das Image der jeweiligen Anbieter.

Wenn Sie Interesse an unseren Studien haben, senden Sie bitte untenstehendes Bestellformular ausgefüllt an uns zurück.

## Bestellformular

Wir bestellen die GfK-Studie „Konsumentenerwartungen hinsichtlich Corporate Social Responsibility in der Touristik“ gegen Rechnung:

- |                          |   |                      |
|--------------------------|---|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | CSR Studie 2010   | EURO 4.500           |
| <input type="checkbox"/> | Module der CSR Studie 2010 jeweils<br>(Reiseveranstalter, Verkehrsdienstleister, Ferienregionen)    | EURO 1.900           |
| <input type="checkbox"/> | Sonderauswertung in Verbindung mit TravelScope-Daten<br>(Analyse des CSR Image für eigene Produkte) | je nach Analysetiefe |
| <input type="checkbox"/> | Sonderauswertung in Verbindung mit TravelScope-Daten<br>(Reiseverhalten und Reiseplanungen)         | je nach Analysetiefe |

Rücksendung an:

GfK SE  
Panel Services Deutschland  
Herrn Roland Gaßner  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Fax: 0911 / 395 4433

Preise: Alle angegebenen Preise verstehen sich als Nettopreise. Nutzungsrechte: Die bestellten Regionaldaten berechtigen zur Nutzung an einem Arbeitsplatz oder in einem Netzwerk für jeweils einen Benutzer. Lizenzbestimmungen: Die angegebenen Preise beziehen sich jeweils auf eine Arbeitsplatzlizenz. Für Mehrfachlizenzen bieten wir Ihnen günstige Rabattstaffelungen an. Gerne beraten wir Sie auf Anfrage. Copyright: Die von Ihnen bestellten Daten sind urheberrechtlich geschützt und bleiben unser geistiges Eigentum. Der Erwerb der Daten berechtigt Sie zum Gebrauch der Daten je nach Lizenz an einem oder mehreren Arbeitsplätzen innerhalb Ihrer Firma. Eine Veröffentlichung sowie jegliche Weitergabe der Daten an Dritte, ob in Originalform oder weiterverarbeiteter Form, ob entgeltlich, unentgeltlich oder im Tausch, bedürfen der Zustimmung durch die GfK Marktforschung GmbH. Umtauschrecht: Die GfK Daten sind vom Umtausch ausgeschlossen.

## Konsumentenerwartungen hinsichtlich Corporate Social Responsibility in der Touristik

GfK Consumer Tracking

Die Mehrheit der Urlauber hält den schonenden Umgang mit der Umwelt, die Sicherheit bei der Anreise und dem Aufenthalt sowie die Wahrung der Menschenrechte im Urlaubsland für wichtig oder sehr wichtig. Auch die soziale Gerechtigkeit und humane Arbeitsbedingungen im Urlaubsland sind für die meisten Touristen ein wichtiger Faktor. Der Nachweis der Umweltverträglichkeit von Reisen durch Zertifizierungssysteme allerdings ist von vergleichsweise geringer Bedeutung. Insbesondere ältere Befragte und Frauen achten dabei auf die soziale und ökologische Verträglichkeit von Reiseangeboten.



Die Studie wurde an einer klassischen Panelstichprobe durchgeführt. Die Befragungsteilnehmer werden regelmäßig zu ihrem Urlaubsverhalten befragt, so dass die Ergebnisse zum Thema CSR auch mit Informationen zum Urlaubsverhalten verknüpft werden können und so der Einfluss von CSR-Erwartungen auf das tatsächliche Buchungs- und Reiseverhalten bestimmt wird. Die Studie kann damit aufzeigen, welche CSR-Maßnahmen bei welchen Konsumenten Erfolg versprechen.

Für Rückfragen steht Ihnen Ihr Ansprechpartner Herr Gaßner gerne zur Verfügung unter Tel. 0911 / 395 4535 oder per E-Mail unter [roland.gassner@gfk.com](mailto:roland.gassner@gfk.com).

|                     |  |
|---------------------|--|
| Firma               |  |
| Ansprechpartner     |  |
| Straße/Haus-Nr.     |  |
| PLZ/Ort             |  |
| Tel.-Nr.            |  |
| Fax-Nr.             |  |
| E-Mail              |  |
| Datum, Unterschrift |  |

Preise: Alle angegebenen Preise verstehen sich als Nettopreise. Nutzungsrechte: Die bestellten Daten berechtigen zur Nutzung an einem Arbeitsplatz oder in einem Netzwerk für jeweils einen Benutzer. Lizenzbestimmungen: Die angegebenen Preise beziehen sich jeweils auf eine Arbeitsplatzlizenz. Für Mehrfachlizenzen bieten wir Ihnen günstige Rabattstaffelungen an. Gerne beraten wir Sie auf Anfrage. Copyright: Die von Ihnen bestellten Daten sind urheberrechtlich geschützt und bleiben unser geistiges Eigentum. Der Erwerb der Daten berechtigt Sie zum Gebrauch der Daten je nach Lizenz an einem oder mehreren Arbeitsplätzen innerhalb Ihrer Firma. Eine Veröffentlichung sowie jegliche Weitergabe der Daten an Dritte, ob in Originalform oder weiterverarbeiteter Form, ob entgeltlich, unentgeltlich oder im Tausch, bedürfen der Zustimmung durch die GfK Marktforschung GmbH. Umtauschrecht: Die GfK Daten sind vom Umtausch ausgeschlossen.