

zusammenfassung master thesis

Thema: Der Einfluss von CSR-Aktivitäten auf die Kaufentscheidung von Konsumenten in der österreichischen klein- und mittelständischen Hotellerie

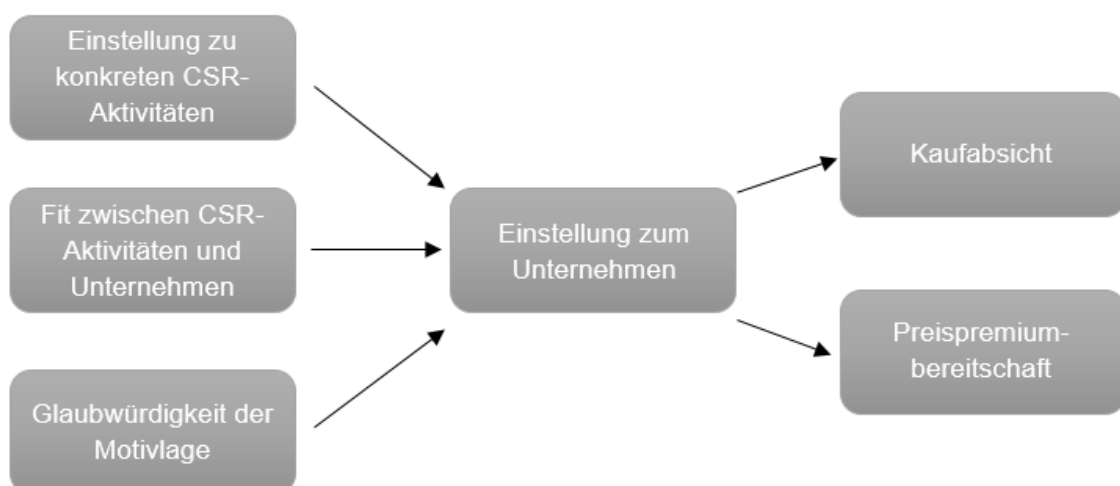
Diplomandin: Julia Wäger

Abschlussjahr: 2016

1 problemstellung

- konstant steigendes konsumentenseitiges Interesse an CSR (Lund-Durlacher, 2012, S. 564)
- Forderung nach einer Verantwortungsübernahme von Unternehmen (Morrison-Paul & Siegel, 2006, S. 207)
- Unwissenheit darüber, inwieweit Konsumenten das CSR-Engagement tatsächlich in ihre Kaufentscheidung miteinbeziehen (Auger & Devinney, 2007, S. 361)
- Kenntnisstand im Forschungsgebiet der klein- und mittelständischen Hotellerie derzeit noch besonders gering (Garay und Font 2012, S. 329)

2 kurzzusammenfassung und ergebnis



2.1 INTERPRETATION DES ERGEBNISSES

- CSR ist kaufrelevant
- CSR verkörpert mitentscheidenden Wettbewerbsvorteil

- „Mythos des ethischen Konsumenten“ wird widerlegt
- Erhöhung der Urlaubsqualität der Gäste durch Erfüllung von sozialen und ökologischen Kriterien

3 empfehlungen für familienunternehmen

3.1 GLAUBWÜRDIGKEIT DER MOTIVLAGE

- Ausarbeitung eines klaren CSR-Verständnisses
 - Was wird unternehmensintern unter CSR verstanden?
 - Spiegelt es die Unternehmenskultur sowie die –identität wieder?
- Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit der Unternehmensleitung
- Werden die CSR-Prinzipien sowohl von der Unternehmensleitung als auch von den Mitarbeitern getragen?

3.2 WAHRGENOMMENER FIT ZWISCHEN CSR-AKTIVITÄTEN UND DEM UNTERNEHMEN

- Sorgsame Auswahl der CSR-Themenfelder
→ *Übereinstimmung mit eigenem CSR-Verständnis sowie mit der Unternehmensidentität?*
- Überprüfung jeder einzelnen CSR-Aktivität, ob Übereinstimmung sowohl mit der Unternehmensstrategie (Strategie-Fit) als auch mit der Unternehmenskultur (Kultur-Fit) gegeben ist.

3.3 EINSTELLUNG GEGENÜBER DER KONKRETEN CSR-AKTIVITÄT

- Augenmerk auf zielgruppenspezifische Themen – Relevanz?
- Auseinandersetzung mit den Erwartungen der Anspruchsgruppen
- Fortwährender und offener Dialog mit Stakeholdern
- Langfristige Orientierung der ausgewählten Aktivitäten

KONTAKT

MCI Management Center Innsbruck
Zentrum Familienunternehmen
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel: +43 512 2070 7101
Email: familienunternehmen@mci.edu
Web: <http://familienunternehmen.mci.edu>