Wiebke Kantoch

Einflussfaktoren von Corporate Social Responsibility auf die Kaufentscheidung der Konsumenten

Eine kritische Analyse

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
 Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag ISBN: 9783346292919

Dieses Buch bei GRIN:

Wiebke Kantoch

Einflussfaktoren von Corporate Social Responsibility auf die Kaufentscheidung der Konsumenten

Eine kritische Analyse

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Essen

Studienzentrum Hamburg

Diplomarbeit

Zur Erlangung des Abschlusses Betriebswirtin (VWA)

über das Thema

Eine kritische Analyse der Einflussfaktoren von CSR auf die Kaufentscheidung der Konsumenten

Von

Wiebke Kantoch

Abgabedatum 2017-06-16

Inhaltsverzeichnis

| Inhaltsverzeichnis | | | | |
|--------------------|--------|---|-----|--|
| A | bbildı | ıngsverzeichnis | III | |
| T | abelle | nverzeichnis | IV | |
| 1 | Eiı | nleitung | 1 | |
| | 1.1 | Problemstellung | 1 | |
| | 1.2 | Ziel der Arbeit | 2 | |
| | 1.3 | Aufbau der Arbeit | 2 | |
| 2 | Th | eoretische Grundlagen des Konzepts CSR | 4 | |
| | 2.1 | Historische Entwicklung von CSR | 4 | |
| | 2.2 | Definition des Begriffs CSR nach ISO 26000 | 6 | |
| | 2.3 | Abgrenzung zu anderen Themen | 7 | |
| 3 | Th | eoretische Grundlagen zur Kaufentscheidung | 10 | |
| | 3.1 | Allgemeine Einflussfaktoren auf die Kaufentscheidung | 10 | |
| | 3.2 | Einflussgrößen der CSR-orientierten Kaufentscheidung | 12 | |
| | 3.3 | Darstellung des Hypothesenmodells von Christoph Schleer | 13 | |
| | 3.4 | Modell eines CSR-orientierten Kaufentscheidungsprozesses | 20 | |
| | 3.5 | Die Zielgruppe der LOHAS – Anteil in der Bevölkerung und Wachstum | 23 | |
| | 3.6 | Zusammenfassung der Ergebnisse | 27 | |
| 4 | Da | rstellung und Überblick der CSR-Forschung | 28 | |
| | 4.1 | Verwendete Messmethoden der vorgestellten Studien | 28 | |
| | 4.2 | CSR in Literatur und Forschung | 30 | |
| | 4.3 | Auswertung und Überblick der vorgestellten Studien | 34 | |
| | 4.4 | Auswertung der Studien | 38 | |
| 5 | CS | R-Kommunikation in der Praxis | 41 | |
| | 5.1 | Praxisbeispiele | 41 | |
| | 5.2 | Kriterienkatalog entlang des CSR-Kaufentscheidungsprozesses | 46 | |
| | 5.3 | Kritische Analyse der CSR-Kampagnen Cotton made in Africa | 49 | |
| | 5.4 | Analyse der H&M-Conscious Collection Journey of a Dress | 53 | |
| | 5 5 | Zusammenfassuna der Fraehnisse und Handlunasemnfehluna | 56 | |

| 6 | Fazit und Ausblick | 61 |
|------|--------------------|----|
| Lite | eraturverzeichnis | VI |