



**Dr. Doeblin**  
Gesellschaft für  
Wirtschaftsforschung mbH

## Fact Sheet

<b>Titel der Umfrage</b>	<b>Das Engagement von Unternehmen bei CSR und Unternehmensethik aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten</b>
<b>Studien-Kürzel</b>	WJ2016CSR
<b>Zielgruppe</b>	Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Redaktionen sowie freie Journalisten (bundesweit)
<b>Stichprobe</b>	Mindestens 70 Teilnehmer
<b>Methode</b>	Online-Umfrage
<b>Zeitraum der Befragung</b>	Dezember 2016
<b>Wesentliche Inhalte</b>	Image-Indikatoren für alle Unternehmen der Studie <ul style="list-style-type: none"><li>– Ranking: Wahrnehmung des CSR-Engagements</li><li>– Ranking: Wahrnehmung des CSR-Engagements nach Bereichen</li><li>– Ranking: Glaubwürdigkeit des CSR-Engagements (<i>plus O-Töne der Journalisten</i>)</li><li>– Ranking: Besonderes Engagement bei Unternehmensethik (<i>plus O-Töne der Journalisten</i>)</li></ul>
<b>Zusätzliche Inhalte</b>	Informationsbedürfnisse und Einstellungen der Journalisten
<b>Berücksichtigte Unternehmen</b>	Ausgewählte Familienunternehmen
<b>Preis</b>	Preis auf Anfrage unter <a href="mailto:doeblin@wp-online.de">doeblin@wp-online.de</a>
<b>Bericht</b>	Digitaler Management-Report mit Rankings, O-Tönen und Zusammenfassung. (Unternehmen mit den niedrigsten Werten werden anonymisiert.)