

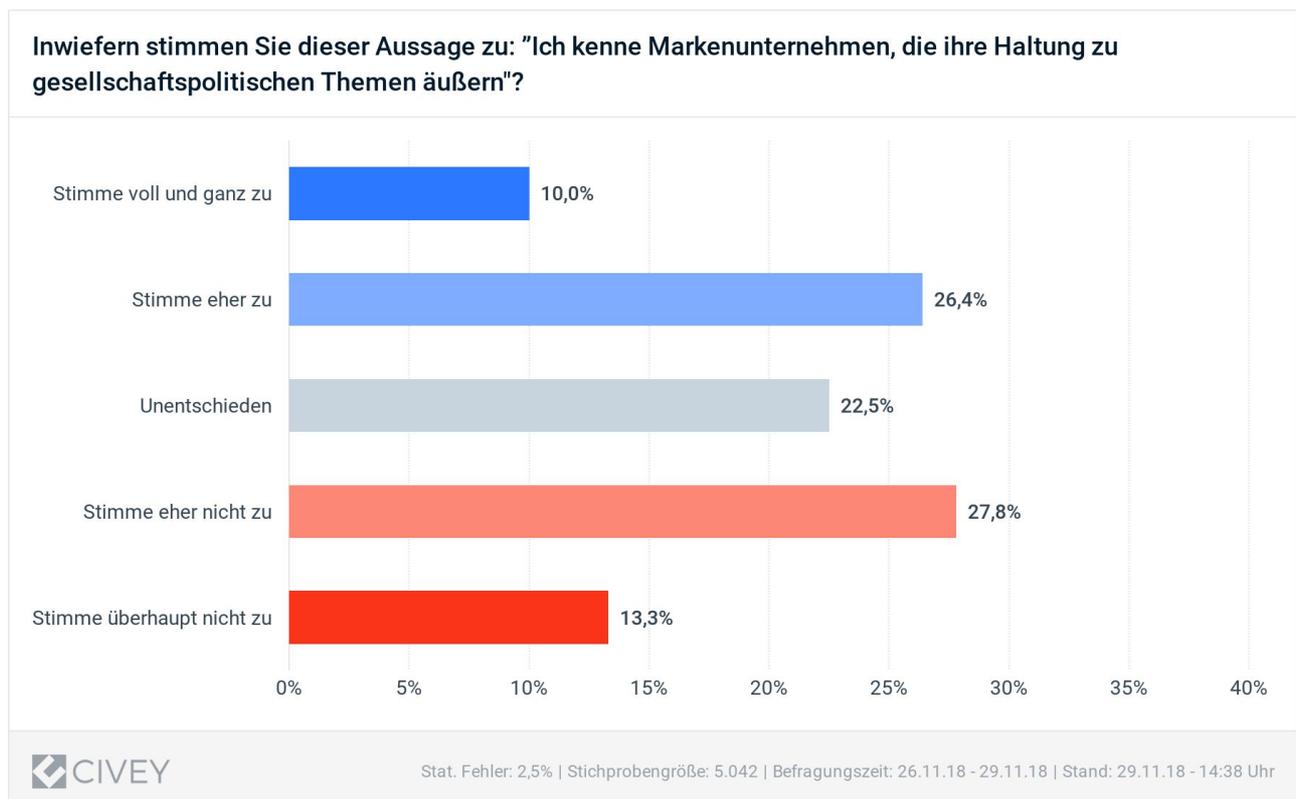
Studie von Civey zu “Marken als politische Akteure”

Civey untersuchte im November 2018 die Meinung von Konsumenten zur Akzeptanz und Relevanz von (gesellschafts-)politischer Haltung von Marken. Dabei wurden jeweils über 5.000 Teilnehmer pro Frage über das innovative River-Sampling-Verfahren befragt. Die umfassenden Ergebnisse werden im im Buch „Marken als politische Akteure“ veröffentlicht. Es erscheint im Wissenschaftsverlag Springer Gabler und wird von Jan Dirk Kemming und Jan Rommerskirchen herausgegeben. Weitere Informationen zum Buch finden Sie hier:

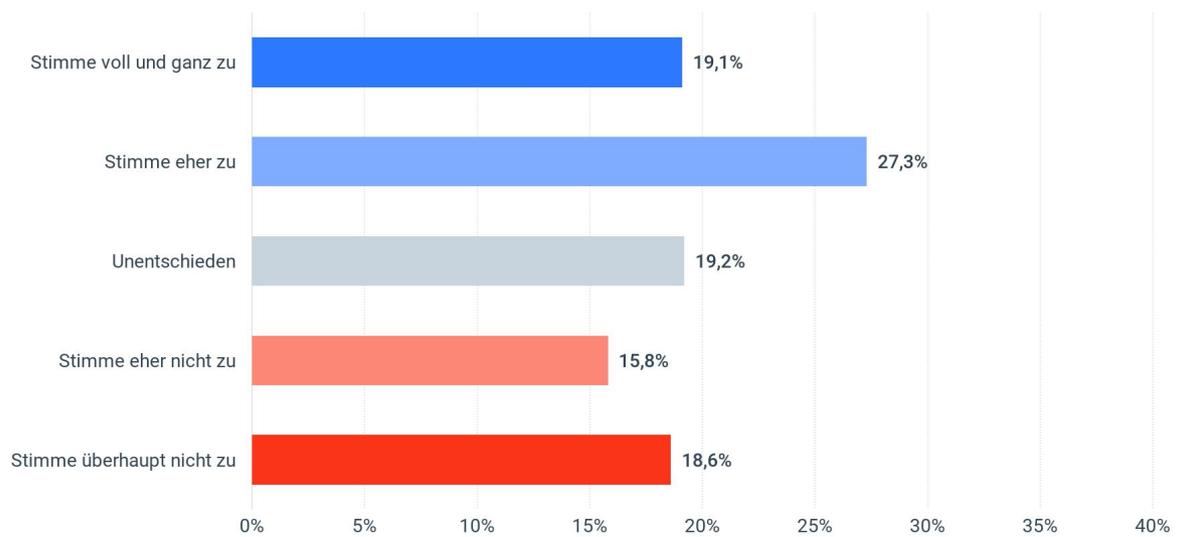
<https://www.springer.com/de/book/9783658253639>

Weitere Informationen zur Methodik finden Sie hier: <https://civey.com/pro/unsere-methode>

Die Ergebnisse der Studie im Detail:



Inwiefern stimmen Sie dieser Aussage zu: "Markenunternehmen sollten ihre Haltung zu gesellschaftspolitischen Themen äußern"?

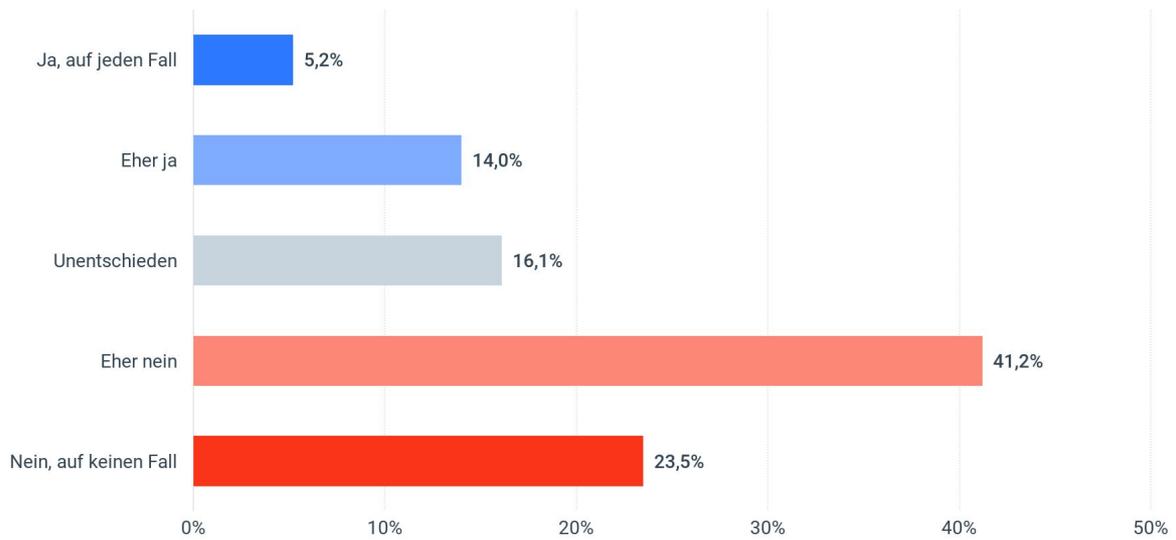


Inwiefern stimmen Sie dieser Aussage zu: "Markenunternehmen sollten ihre Haltung zu gesellschaftspolitischen Themen äußern"?

👤 Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige ⚠️
Stimme voll und ganz zu	14,9%	22,6%	29,4%	11,4%	28,3%	6,8%	15,8%
Stimme eher zu	26,8%	31,8%	32,8%	21,9%	34,4%	14,8%	23,0%
Unentschieden	24,2%	20,1%	18,8%	15,6%	10,8%	15,8%	15,3%
Stimme eher nicht zu	21,3%	10,6%	9,7%	23,3%	13,2%	19,7%	12,8%
Stimme überhaupt nicht zu	12,8%	14,9%	9,3%	27,8%	13,3%	42,9%	33,1%

Würden Sie auch Produkte von Markenunternehmen kaufen, deren gesellschaftspolitische Haltung Ihrer eigenen in wichtigen Punkten widerspricht?

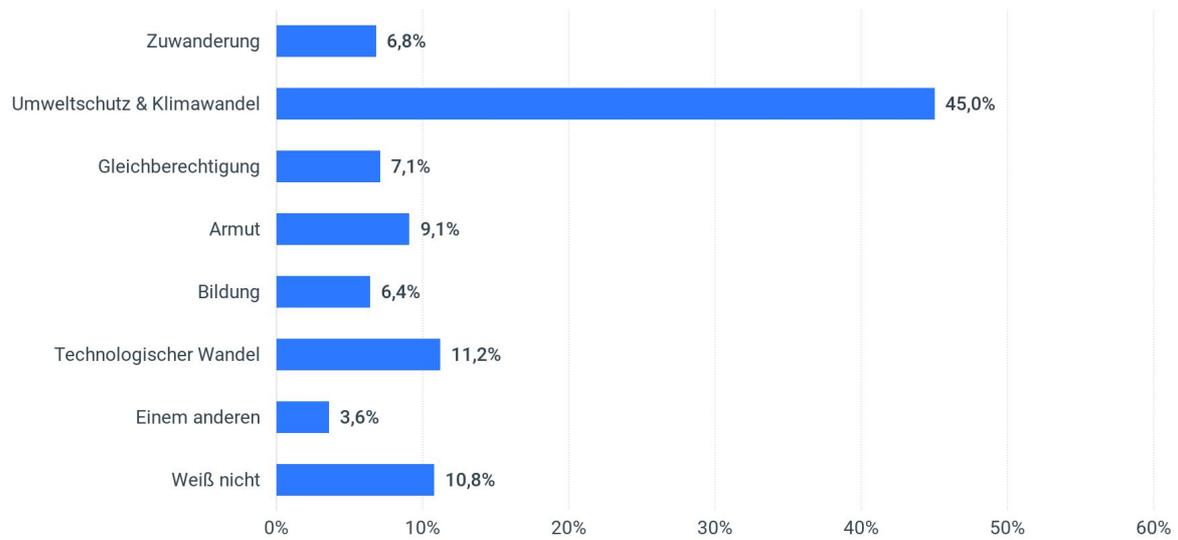


Würden Sie auch Produkte von Markenunternehmen kaufen, deren gesellschaftspolitische Haltung Ihrer eigenen in wichtigen Punkten widerspricht?

☰ Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige 🚫
Ja, auf jeden Fall	6,4%	2,9%	1,6%	11,3%	3,2%	9,8%	2,7%
Eher ja	17,1%	9,3%	9,2%	22,9%	11,2%	16,7%	14,3%
Unentschieden	18,0%	13,4%	13,3%	17,7%	14,4%	16,6%	23,0%
Eher nein	40,9%	49,2%	47,6%	33,5%	43,7%	27,7%	35,2%
Nein, auf keinen Fall	17,6%	25,2%	28,3%	14,6%	27,5%	29,2%	24,8%

Zu welchem der folgenden Themen sollten Markenunternehmen Ihrer Meinung nach am ehesten Stellung beziehen?



Zu welchem der folgenden Themen sollten Markenunternehmen Ihrer Meinung nach am ehesten Stellung beziehen?

Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

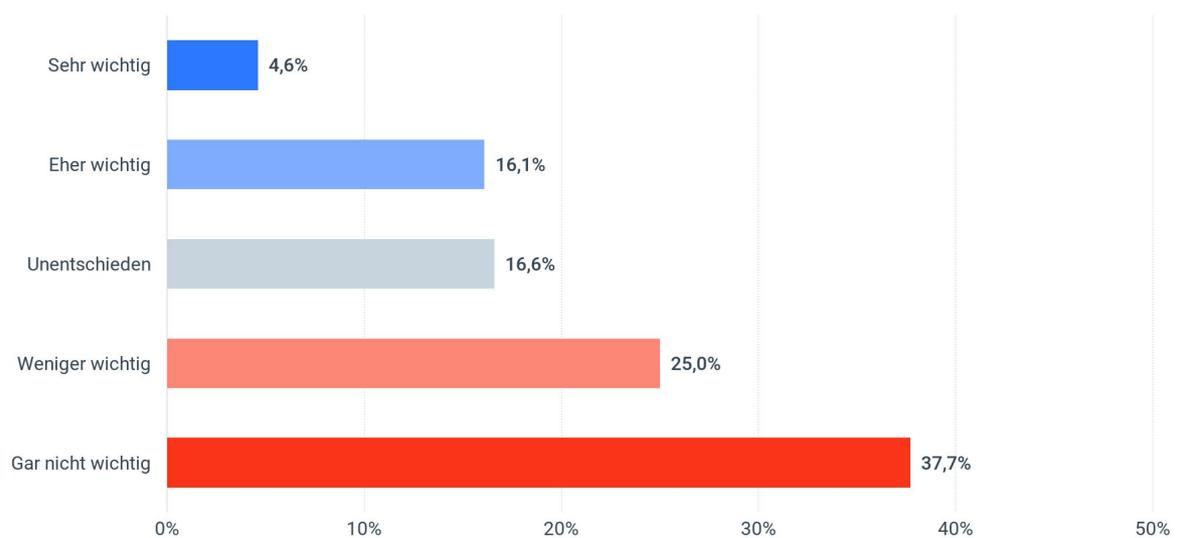
Zuwanderung	7,0%	3,8%	2,9%	6,7%	4,1%	17,0%	6,7%
Umweltschutz & Klimawandel	44,2%	49,9%	62,7%	37,2%	48,7%	19,4%	37,9%
Gleichberechtigung	7,3%	11,3%	8,0%	3,6%	6,1%	3,8%	5,0%
Armut	5,2%	11,0%	6,7%	6,7%	17,6%	11,3%	18,2%
Bildung	7,3%	7,4%	4,4%	8,0%	6,3%	6,0%	6,4%
Technologischer Wandel	16,3%	8,5%	6,1%	18,5%	4,1%	14,0%	7,6%
Einem anderen	3,0%	1,0%	1,6%	7,2%	2,8%	9,7%	4,4%
Weiß nicht	9,7%	7,1%	7,6%	12,1%	10,3%	18,8%	13,8%
	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige

Zu welchem der folgenden Themen sollten Markenunternehmen Ihrer Meinung nach am ehesten Stellung beziehen?

☞ Gefiltert nach: Geschlecht



Wie wichtig sind Ihnen gesellschaftspolitische Positionen von Markenunternehmen für Ihre persönliche Meinungsbildung?



Wie wichtig sind Ihnen gesellschaftspolitische Positionen von Markenunternehmen für Ihre persönliche Meinungsbildung?

Gefiltert nach: Schulbildung

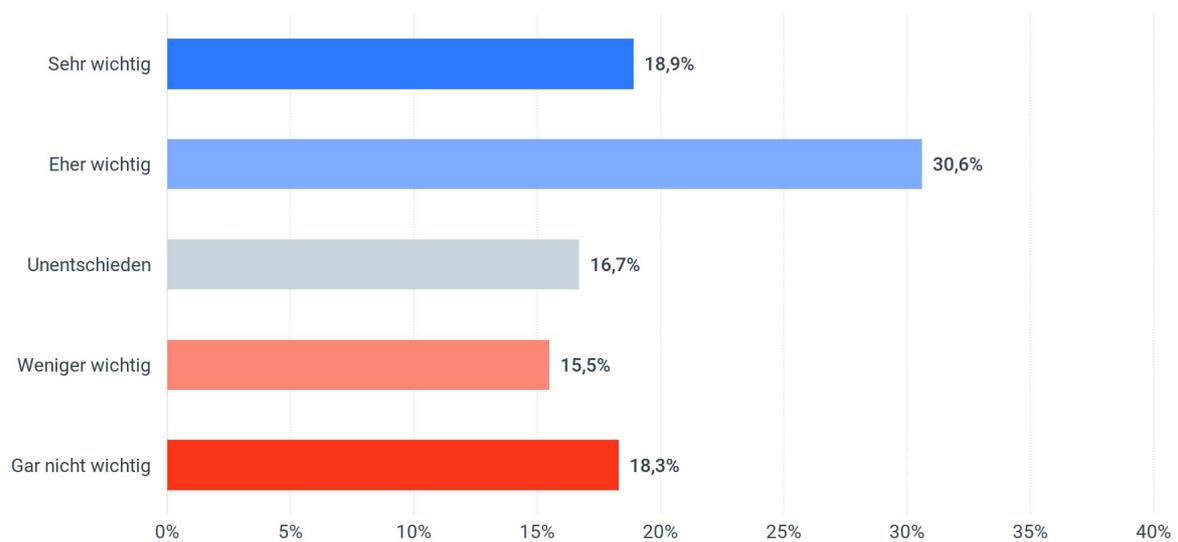
Sehr wichtig	3,8%	5,6%	4,7%
Eher wichtig	15,3%	17,2%	25,0%
Unentschieden	13,7%	24,0%	27,5%
Weniger wichtig	27,5%	24,0%	17,3%
Gar nicht wichtig	39,7%	29,2%	25,5%
	Abitur	Mittlere Reife	Hauptschule / kein Abschluss

Wie wichtig sind Ihnen gesellschaftspolitische Positionen von Markenunternehmen für Ihre persönliche Meinungsbildung?

Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

Sehr wichtig	2,8%	7,4%	5,5%	1,2%	7,9%	3,1%	2,4%
Eher wichtig	16,2%	21,5%	19,2%	9,4%	15,3%	9,7%	15,0%
Unentschieden	20,2%	16,9%	15,1%	13,0%	16,1%	13,0%	18,0%
Weniger wichtig	28,3%	23,2%	28,3%	25,8%	27,3%	17,9%	22,2%
Gar nicht wichtig	32,5%	31,0%	31,9%	50,6%	33,4%	56,3%	42,4%
	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige

Wie wichtig ist es Ihnen, dass Geschäftsführer bzw. Vorstände von Unternehmen selbst eine Position zu gesellschaftspolitischen Themen beziehen?

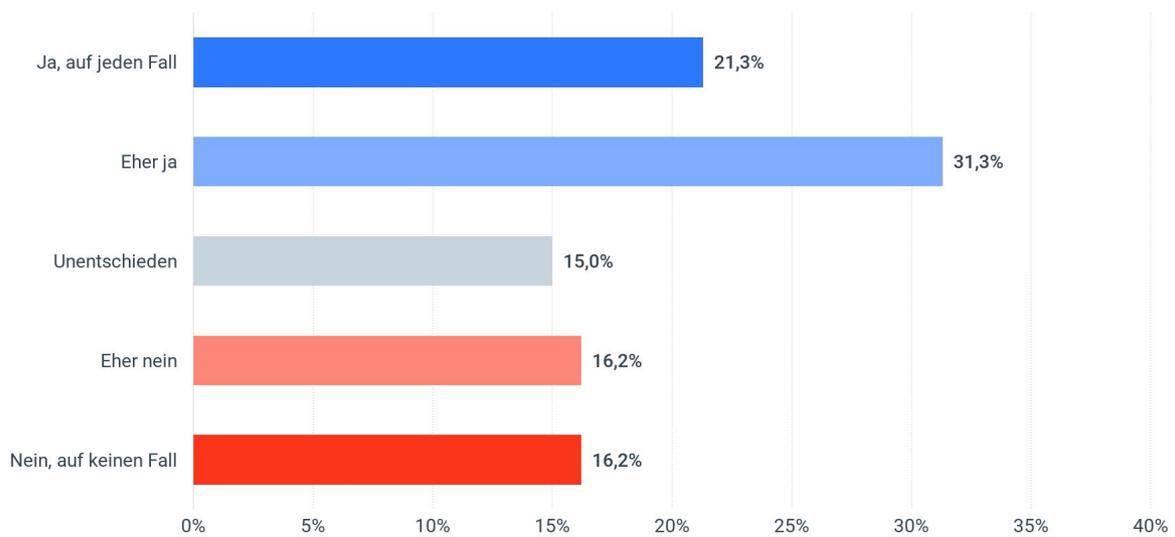


Wie wichtig ist es Ihnen, dass Geschäftsführer bzw. Vorstände von Unternehmen selbst eine Position zu gesellschaftspolitischen Themen beziehen?

👤 Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

Sehr wichtig	17,5%	21,5%	26,2%	9,1%	28,4%	9,7%	10,4%
Eher wichtig	30,0%	35,6%	38,8%	25,3%	38,1%	15,3%	30,4%
Unentschieden	17,7%	20,0%	14,3%	12,1%	12,6%	15,6%	23,5%
Weniger wichtig	19,1%	14,4%	11,3%	22,2%	8,7%	17,0%	10,8%
Gar nicht wichtig	15,7%	8,5%	9,4%	31,3%	12,2%	42,4%	24,9%
	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige ⓘ

Sollten Markenunternehmen Ihrer Meinung nach mit der Politik an Lösungen gesellschaftlicher Herausforderungen arbeiten?



Sollten Markenunternehmen Ihrer Meinung nach mit der Politik an Lösungen gesellschaftlicher Herausforderungen arbeiten?

Gefiltert nach: Wahlabsicht - Bund

	CDU/CSU	SPD	Grüne	FDP	Linke	AfD	Sonstige
Ja, auf jeden Fall	18,1%	25,1%	23,7%	20,7%	34,6%	9,7%	14,5%
Eher ja	36,6%	40,1%	34,3%	25,8%	20,9%	18,8%	22,3%
Unentschieden	15,4%	12,8%	16,2%	13,5%	14,0%	16,6%	18,9%
Eher nein	20,0%	10,1%	12,9%	19,9%	12,4%	20,0%	25,5%
Nein, auf keinen Fall	9,9%	11,9%	12,9%	20,1%	18,1%	34,9%	18,8%



Pressekontakt:

Judith Klose

Leiterin für Presse und Kommunikation

Tel. +49 151 14007993

E-Mail: judith.klose@civey.com