



DIGITAL BUSINESS UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

CYBER- & IT-SECURITY (M.Sc.)

ADVANCED RESEARCH METHODS

WINTERSEMESTER 2024/25

Hypothesenpaare

Aufgabe 2

Eingereicht von:

Elias HÄUSSLER

Matrikelnummer:

200094

Dozentin:

Prof.ⁱⁿ(FH) Dr.ⁱⁿ Mag.^a Ingrid WAHL

14. November 2024

1. H_0 : Die Implementierung von CSR¹-Maßnahmen hat keinen messbaren Einfluss auf den Wettbewerbsvorteil von Unternehmen oder ihre Chancen, am globalen Markt zu bestehen.
 H_1 : Unternehmen, die nach dem Konzept der CSR handeln, erzielen einen messbaren Wettbewerbsvorteil und haben höhere Chancen, am globalen Markt zu bestehen.
2. H_0 : Die Implementierung von CSR-Maßnahmen durch Unternehmen mit einem umweltfreundlichen und nachhaltigen Image erfolgt ohne erkennbare Anzeichen von Greenwashing.
 H_1 : Unternehmen, die ein umweltfreundliches und nachhaltiges Image pflegen, implementieren häufig CSR-Maßnahmen, mit denen sie aktives Greenwashing betreiben.
3. H_0 : Die CSR-Maßnahmen eines Unternehmens haben keinen messbaren Einfluss auf die Einstellung der Konsument*innen gegenüber dem Unternehmen.
 H_1 : Je positiver die CSR-Maßnahmen eines Unternehmens bewertet werden, desto positiver ist die Einstellung der Konsument*innen gegenüber diesem Unternehmen.
4. H_0 : Die Fähigkeit von Unternehmen, Produkte herzustellen, die die Bedürfnisse der Konsument*innen befriedigen, hat keinen messbaren Einfluss auf das Vertrauen der Konsument*innen in die Expertise des Unternehmens.
 H_1 : Konsument*innen fassen Vertrauen in die Expertise von Unternehmen, wenn diese Produkte herstellen, die ihre Bedürfnisse befriedigen.

¹Corporate Social Responsibility