

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Beispielsverzeichnis	XVII

Teil A: Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung

1. Zur Einleitung – Unternehmen und Verantwortung	3
2. Begriff und Theorie der CSR	19
3. Normative Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung	53

Teil B: Management der gesellschaftlichen Verantwortung

4. Stakeholder-Management	95
5. Ziele, Werte, Strategien und gesellschaftliche Verantwortung	123
6. Gestaltung und Steuerung	149
7. Kommunikation mit Stakeholdern	181

Teil C: Unternehmen als politische Akteure

8. Politische Verantwortung von Unternehmen	209
Literaturverzeichnis	241
Sachindex	267

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Beispielsverzeichnis	XVII

Teil A: Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung

1. Zur Einleitung – Unternehmen und Verantwortung	3
1.1 Nationale Gesellschaft und Weltgesellschaft	3
1.2 Unternehmen in der Welt	5
1.2.1 Globalisierung	5
1.2.2 Unternehmen und natürliche Umwelt	7
1.2.3 Technologie und Digitalisierung	9
1.3 Verantwortung von Unternehmen – erste Annäherung	11
1.4 Ziele des Buchs	15
1.5 Aufbau des Buchs	16
1.6 Lernhilfen	17
2. Begriff und Theorie der CSR	19
2.1 Zum Begriff der Corporate Social Responsibility	19
2.2 Der Begriff Verantwortung	21
2.2.1 Das Verantwortung-Rechenschaftsmodell	21
2.2.2 Verantwortung: Zwei Begriffsauffassungen	22
2.3 Verantwortung von Unternehmen	25
2.3.1 Verantwortung kollektiver Akteure	25
2.3.2 Von der Nachhaltigkeit zum Drei-Säulen-Modell	29
2.3.3 Nachhaltigkeit: eine normative Bestimmung	34
2.3.4 Starke Nachhaltigkeit und allgemeine Handlungsregeln	37
2.3.5 Verantwortung gegenüber der Gesellschaft	40
2.4 Theoretische Ansätze zur Erklärung von CSR	43
2.4.1 Ein kurzer Überblick	43
2.4.2 Ein theoretischer Bezugsrahmen	45
2.5 Lernhilfen	49

3. Normative Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung	53
3.1 Ethik und Moral	53
3.2 Grundlegende Ansätze einer allgemeinen Ethik	57
3.2.1 Normative ethische Theorien – ein Überblick	57
3.2.2 Teleologische Ethik	59
3.2.3 Deontologische Ethik und Gerechtigkeit	62
3.2.4 Tugendethik und Fähigkeiten	67
3.2.5 Diskursethik	69
3.2.6 Ethik und Pluralismus	73
3.3 Unternehmensethik und allgemeine Ethik	74
3.3.1 Angewandte Ethik und allgemeine Ethik	74
3.3.2 Das Besondere an der Unternehmensethik	76
3.3.3 Der Business-Case von CSR-Investitionen	79
3.3.4 Ökonomische Moral oder moralische Ökonomie ..	82
3.4 Unternehmensethik als Grundlage des CSR-Managements	85
3.5 Lernhilfen	86

Teil B: Management der gesellschaftlichen Verantwortung

4. Stakeholder-Management	95
4.1 Stakeholder-Analyse und -Engagement	95
4.1.1 Schritte der Stakeholder-Analyse	95
4.1.2 Stakeholder-Engagement	99
4.2 Partizipatives Stakeholder-Engagement	103
4.3 Management einzelner Stakeholder-Gruppen	106
4.3.1 Mitarbeiter	106
4.3.2 Kunden	108
4.3.3 Zulieferer und Wettbewerber	110
4.3.4 Finanzielle Stakeholder	112
4.3.5 Gemeinden und Zivilgesellschaft	114
4.4 Integration von Stakeholder-Interessen	117
4.5 Lernhilfen	118
5. Ziele, Werte, Strategien und gesellschaftliche Verantwortung	123
5.1 Werte und Zieldimensionen	123
5.1.1 Werte und Stakeholder	123
5.1.2 Festlegung von Werten und Zielen	127
5.2 Unternehmensstrategien im CSR-Management	129
5.2.1 Strategien und Umfeldanalyse	129

5.2.2	Geschäftsmodell-Integration der Nachhaltigkeit . . .	132
5.2.3	Marktstrategien	134
5.2.3.1	Nachhaltigkeitsorientierte Marktstrategien . . .	134
5.2.3.2	Base-of-Pyramid-Strategien	138
5.2.3.3	Strategien von sozialen Unternehmen	140
5.2.4	Nichtmarktstrategien am Beispiel von politischen Strategien	142
5.3	Lernhilfen	145
6.	Gestaltung und Steuerung	149
6.1	Organisation des CSR-Managements	149
6.1.1	Aufgaben im CSR-Management	149
6.1.2	Stellenaufbau im CSR-Management	152
6.2	Steuerung im CSR-Managementsystem	154
6.2.1	Grundlegende Funktionen von Steuerungssystemen	154
6.2.2	Planung und Kontrolle der Nachhaltigkeit	156
6.2.2.1	Zielplanung	156
6.2.2.2	Zielvorgaben und Budgetplanung	159
6.2.3	Kennzahlen und Balanced Scorecard	160
6.2.3.1	Nachhaltigkeit und Kennzahlen	160
6.2.3.2	Nachhaltigkeit und Balanced Scorecard	165
6.2.3.3	Kontrollrechnungen	169
6.2.4	Nachhaltigkeitsorientierte Anreizsysteme	170
6.2.5	Von Kodizes und Richtlinien	172
6.3	Lernhilfen	177
7.	Kommunikation mit Stakeholdern	181
7.1	Konzeption der Nachhaltigkeits-Kommunikation . . .	181
7.2	Kommunikationskanäle für CSR-Aktivitäten	187
7.3	Verantwortungs-Rechenschaftsmodell	189
7.4	Standards der Berichterstattung	195
7.4.1	Finanzberichterstattung und Nachhaltigkeit	195
7.4.2	GRI als internationaler Standard	198
7.4.3	Integrierte Berichterstattung	201
7.5	Abschließende Bemerkungen	203
7.6	Lernhilfen	204

Teil C: Unternehmen als politische Akteure

8.	Politische Verantwortung von Unternehmen	209
8.1	Politische Verantwortung in einer globalisierten Welt .	209

8.2 Achtung der Menschenrechte	214
8.2.1 Menschenrechte und Verantwortung von Unternehmen	214
8.2.2 Achtung und Schutz sozialer und wirtschaftlicher Rechte	219
8.2.3 Ziele für nachhaltige Entwicklung	222
8.3 Politik als Arena für Unternehmensverantwortung ...	225
8.4 Systemverantwortung	227
8.4.1 Grundlagen einer Systemverantwortung	227
8.4.2 Systemverantwortung als Ordnungsverantwortung	230
8.4.3 Unternehmen und private Regulierung	232
8.5 Politische Verantwortung von Unternehmen – eine Kritik	234
8.6 Lernhilfen	237
Literaturverzeichnis	241
Sachindex	267