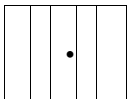


; Holger Backhaus-Maul  
Christiane Biedermann  
Stefan Nährlich  
Judith Polterauer (Hrsg.)

# Corporate Citizenship in Deutschland

Bilanz und Perspektiven



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

# Inhalt

## **I. Einleitung**

*Holger Backhaus-Maul, Christiane Biedermann, Stefan Nährlich und Judith Polterauer*  
Corporate Citizenship in Deutschland. Die überraschende Konjunktur  
einer verspäteten Debatte 13

## **II. Sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Debattenstränge**

*Jeremy Moon, Andy Crane and Dirk Matten*  
Citizenship als Bezugsrahmen für politische Macht und Verantwortung  
der Unternehmen 45

*Thomas Beschorner*  
Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship: Theoretische  
Perspektiven für eine aktive Rolle von Unternehmen 68

*Josef Wieland*  
Corporate Citizens sind kollektive Bürger 87

*Peter Ulrich*  
Corporate Citizenship oder: Das politische Moment guter  
Unternehmensführung in der Bürgergesellschaft 94

*Markus Beckmann*  
Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung 101

•*Andre Habisch*  
Unternehmensgeist in der Bürgergesellschaft. Zur Innovationsfunktion  
von Corporate Citizenship 106

*Anja Schwerk*  
Strategisches gesellschaftliches Engagement und *gute* Corporate  
Governance 121

### III. Empirische Forschungsarbeiten

*Judith Polterauer*

Unternehmensengagement als „Corporate Citizen“. Ein langer Weg und ein weites Feld für die empirische Corporate Citizenship-Forschung in Deutschland 149

*Stefan Nährlich*

Tue Gutes und profitiere davon. Zum Nutzen von Corporate Citizenship-Aktivitäten 183

*Jörn Lamla*

Varianten konsumzentrierter Kritik. Wie sollen Verbraucher an der Institutionalisierung einer ökologisch und sozial verantwortungsvollen Wirtschaft mitwirken? 201

*Julia Egbringhoff, Gerd Mutz*

Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship. Die Rolle der Arbeitnehmervertretung und Auswirkungen auf die Beschäftigten 219

*Henry Schäfer*

Ratings im Dienste des Corporate Citizenship - eine Sichtweise basierend auf geld- und marktwirtschaftlichem Verhalten von Anspruchsgruppen 237

*Jens Prinzhorn*

Mythos oder Realität: Win-win Situationen in Civil-Private Partnerships mit Unternehmen aus der Perspektive von europäischen Nonprofit-Organisationen 255

### IV. Strategien und Instrumente

*Rudolf Speth*

Corporate Citizenship als strategische Partnerschaften, Lobbying, Regierungsbeziehungen 277

*Christiane Biedermann*

Corporate Citizenship als strategische Unternehmenskommunikation 291

*Christoph Mecking*

Corporate Giving. Unternehmensspende, Sponsoring und insbesondere Unternehmensstiftung 307

*Gabriele Bartsch*

Corporate Volunteering - ein Blickwechsel mit Folgen 323

## **V. Engagierte Unternehmen und ihre medialen Beobachter/innen**

### **Engagierte Unternehmen**

*Horst Erhardt*

Win-Win-Win-Strategie: Gemeinsame Werte am Ende der  
Wertschöpfungskette 337

*Silke Ramelow*

Mit Engagement gewinnen? 345

*Dieter Heuskel*

Soziale Verantwortung und strategische Ziele: Warum sich  
unternehmerisches Engagement nicht auf Moral, sondern auf -  
beiderseitigen - Nutzen gründen muss 352

*herwig Danzer*

Corporate Citizenship aus der Sicht der Möbelmacher 356

*Josef Zotter*

Innovationsherd der Schokoladenwelt 363

*Paul Albert Deimel*

Das genossenschaftliche Unternehmen als Unternehmensbürger 367

*Antje von Dewitz*

VAUDE übernimmt Verantwortung 375

*Hans Wall*

Corporate Citizenship der Wall AG 379

*Uwe Franke*

Unternehmensverantwortung verbessert die Wirtschaftlichkeit 382

*Sandra Suppa*

Engagement von Faber-Castell 387

**Mediale Beobachter/innen**

<i>Christian Ramthun</i> Die Macht des Guten	395
<i>Jürgen Schultheis</i> CSR und CC - ein schwieriges und unterschätztes Thema in den Medien	399
<i>Uwe Jean Heuser</i> Corporate Citizenship: Was ist ein gutes Unternehmen?	411
<i>Volker Bormann</i> Anständig Profit machen	414
<i>Thomas Ramge</i> Eine Frage der Glaubwürdigkeit. Beobachtungen eines Wirtschaftsjournalisten	417
<i>Peter Frey</i> Corporate Citizenship durch Fernsehen? Öffentlich-rechtliches TV als ,guter Bürger'?	420
<i>Martin Küper</i> Wozu „gut“ gut ist	423
<i>Susanne Kuhrt</i> Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen?	426
<i>Thomas Roth</i> Zeit für Wolkenschieber	430
 <b>VI. Gesellschaftspolitische Analysen und Perspektiven</b>	
<i>Kathrin Ankele, Jana Gebauer</i> Erfolgsvoraussetzungen für Corporate Citizenship in Deutschland	437
<i>Birgit Riess</i> Unternehmensengagement - ein Beitrag zur gesellschaftlichen Selbststeuerung zwischen Markt und Staat	442
<i>Bradley K. Googin, Steven A. Rochlin</i> Corporate Citizenship in den USA	454

## Inhalt

*Rene Schmidpeter, Martin Neureiter*

Corporate Citizenship in Österreich - Unternehmen als organisierte  
Bürger 481

*Frank W. Heuberger*

Transnationale Trendsetter. Kommunikative Rationalität und Ethik als  
Erfolgsfaktoren für Corporate Citizenship 497

*Wernfried Dettling*

Wirtschaft als kulturelle Veranstaltung. Über die gesellschaftliche  
Verantwortung von Unternehmen 513

*Angaben zu den Beiträgen* 523

*Autorinnen und Autoren* 533