

Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.)

Jahrbuch zur Mittelstandsforschung 2008

Schriftleitung: Prof. Dr. Frank Wallau

Bibliothek

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Corporate Social Responsibility als Erfolgsfaktor einer stakeholderbezogenen Führungsstrategie? Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

von Marina Hoffmann und Frank Maaß

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einleitung | 3 |
| 2. Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen | 5 |
| 2.1 CSR: Begriffsherkunft und -definition | 5 |
| 2.2 Theoretisch-konzeptioneller Bezugsrahmen | 7 |
| 2.2.1 Unternehmensverantwortung im CSR-Kontext | 7 |
| 2.2.2 Theoriebasis: Stakeholder-Ansatz | 10 |
| 2.2.3 Funktionen von CSR | 11 |
| 2.2.3.1 Funktion der Verhaltenssteuerung | 12 |
| 2.2.3.2 Funktion der Sicherung der Verhaltenserwartungen | 13 |
| 2.3 CSR als Bestandteil der Managementstrategie | 14 |
| 2.3.1 CSR-Politikfelder und Instrumente | 14 |
| 2.3.2 Merkmale einer CSR-Managementstrategie | 18 |
| 3. CSR-Praxis in der deutschen Industrie | 20 |
| 3.1 Die Datenbasis | 20 |
| 3.2 Verbreitung und Intensität des CSR-Engagements | 21 |
| 3.2.1 Einsatz von CSR in den vier Politikfeldern | 21 |
| 3.2.1.1 CSR-Politikfeld: Arbeitssphäre | 21 |
| 3.2.1.2 CSR-Politikfeld: Bürgergesellschaftliche Sphäre mit Bezug zum Sozialen | 23 |
| 3.2.1.3 CSR-Politikfeld: Bürgergesellschaftliche Sphäre mit Bezug zur Ökologie | 24 |
| 3.2.1.4 CSR-Politikfeld: Marktsphäre | 25 |
| 3.2.2 Verbreitung von CSR in der deutschen Industrie | 25 |
| 3.2.3 Intensität der Stakeholderansprache mittels CSR | 26 |
| 3.3 Beitrag von CSR zum Unternehmenserfolg | 31 |
| 3.3.1 Selbsteinschätzung der Unternehmerinnen und Unternehmer | 31 |
| 3.3.2 CSR als Erfolgsfaktor - Ergebnisse der multivariaten Analyse | 36 |
| 3.3.2.1 Operationalisierung der Variablen | 37 |
| 3.3.2.2 Ergebnisse des Regressionsmodells | 39 |
| 4. Zusammenfassung | 42 |
| 5. Anhang | 45 |
| 6. Literaturverzeichnis | 46 |