

Buchinformation



Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland

Eine sozialwissenschaftliche Sekundäranalyse

Von Sebastian Braun und Holger Backhaus-Maul

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010.
180 Seiten. Mit 7 Abb. u. 11 Tab. Broschur. EUR 29,95

ISBN 978-3-531-17496-9

Globale und nationale Diskussionen über das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen gewinnen – verstärkt durch die Krise – unter Begriffen wie „Corporate Social Responsibility“ (CSR) und „Corporate Citizenship“ (CC) erheblich an Bedeutung. Eine gesellschaftliche Beteiligung und Mitwirkung von Unternehmen gehören zwar traditionell zum Kern der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland. Die internationalen Diskussionen begünstigen seit einigen Jahren aber folgenreiche Dynamiken und Innovationen im gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen in Deutschland. Diese sozialwissenschaftliche Sekundäranalyse bietet eine systematische und empirisch fundierte Grundlage für eine gehaltvolle Diskussion über das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen.

Inhalt

Zielstellung - Methodische Anlage der Untersuchung - Unternehmen in der Sozialen Marktwirtschaft - Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen im Modernisierungs- und Institutionalisierungsprozess - Freiwilliges gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland: Eine Empirische Bestandsaufnahme - Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen: Bestandsaufnahmen und Perspektiven

Autoren

Prof. Dr. Sebastian Braun, Humboldt-Universität zu Berlin.
Holger Backhaus-Maul, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.

Zielgruppe

PolitikwissenschaftlerInnen
SoziologInnen
BetriebswirtschaftlerInnen