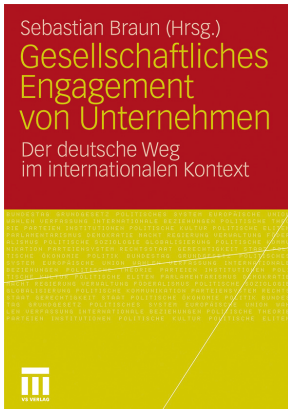


Buchinformation



Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

Der deutsche Weg im internationalen Kontext

Herausgegeben von Sebastian Braun

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010.
309 Seiten. Mit 23 Abb. u. 7 Tab. Broschur. EUR 39,95

ISBN 978-3-531-17680-2

Die Frage nach der „Zukunft des Sozialstaats“ steht in Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise abermals im Zentrum öffentlicher Diskussionen: Wie soll es weitergehen mit dem „Modell Deutschland“, das über einige Jahrzehnte so vielen Menschen soziale Sicherheit und gesellschaftliche Teilhabe verschaffte? Dabei ist unverkennbar: Jenseits staatsfixierter und marktliberaler Ansätze wird das bürgerschaftliche Engagement privater Akteure immer häufiger als alternative Steuerungsressource zur Umgestaltung des wohlfahrtsstaatlichen Arrangements betrachtet. Hierbei spielt auch das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen im Sinne eines „unternehmerischen Bürgerengagements“ eine zunehmend wichtigere Rolle. In dem Band werden Traditionslinien des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen in Deutschland mit Bezug auf die internationalen Debatten über CSR und Corporate Citizenship entlang von sechs Themenblöcken diskutiert: Unternehmen, Verantwortung und gesellschaftliches Engagement (Teil I), Unternehmensengagement in der deutschen Wirtschafts- und Sozialordnung (Teil II), Handlungsfelder (Teil III), Normierung (Teil IV), Win-Win Konstellationen (Teil V) und Praxisbeispiele (Teil VI) unternehmerischen Bürgerengagements.

Inhalt

Teil I. Unternehmen, Verantwortung und gesellschaftliches Engagement - Teil II. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in der deutschen Wirtschafts- und Sozialordnung - Teil III. Handlungsfelder des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen - Teil IV. Normierung von gesellschaftlichem Unternehmensengagement - Teil V. Win-Win Konstellationen im gesellschaftlichen Engagement - Teil VI. Praxisbeispiele des gesellschaftlichen Engagements

Herausgeber

Prof. Dr. Sebastian Braun leitet das Forschungszentrum für Bürgerschaftliches Engagement und die Abteilung Sportsoziologie an der Humboldt-Universität zu Berlin.

Zielgruppe

PolitikwissenschaftlerInnen
SoziologInnen
WirtschaftswissenschaftlerInnen