

Fachwissenschaftliche und fachpolitische Grundlagenliteratur zum Thema „Corporate Citizenship in Deutschland“

Peter Friedrich

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Forschungsprojekt „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland“

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

www.philfak3.uni-halle.de/paedagogik/rvo/index.de.php

STAND: 3/2007

BACKHAUS-MAUL, Holger (2004): Corporate Citizenship im deutschen Sozialstaat. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 14, S. 23-30. http://www.bpb.de/publikationen/E7NGH7,0,0,Corporate_Citizenship_im_deutschen_Sozialstaat.html (18.06.2006).

- Der Artikel leistet eine kurze und prägnante Analyse der aktuellen deutschen Situation und bietet einen pointierten strukturellen Überblick über die deutsche Entwicklung von Corporate Citizenship.

BACKHAUS-MAUL, Holger (2005): Corporate Citizenship – liberale Gesellschaftspolitik als Unternehmensstrategie in den USA. In: ADLOFF, Frank/ BIRSL, Ursula/ SCHWERTMANN, Philipp (Hrsg.): Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Theoretische und empirische Perspektiven. Jahrbuch für Europa- und Nordamerika-Studien 8. Bürgergesellschaft und Wirtschaft – zur neuen Rolle von Unternehmen. Wiesbaden, S. 225-243.

- Backhaus-Mauls sozialwissenschaftliche Beschreibung des us-amerikanischen Corporate-Citizenship-Verständnisses zeichnet sich neben Unternehmensbeispielen durch eine kritische Perspektive aus, welche in Ansätzen die Normativität des Begriffs Corporate Citizenship hinterfragt. Gleichzeitig werden die Differenzen zweier Gesellschaftssysteme – zwischen Deutschland und den USA – und deren unterschiedlicher Umgang mit Corporate Citizenship skizziert.

BACKHAUS-MAUL, Holger (2006): Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 12 http://www.bpb.de/publikationen/LWD9OD,0,0,Gesellschaftliche_Verantwortung_von_Unternehmen.html (20.07.2006).

- Der Artikel dokumentiert kurz und prägnant die Rahmenbedingungen für Corporate Citizenship und die darin bestehenden Handlungsräume für deutsche Unternehmen.

BECKMANN, Markus/ BRINKMANN, Johanne/ SCHUSTER, Valerie (2004): 10 Thesen zu Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung: Ein interaktionsökonomisches Forschungsprogramm. Diskussionspapier Nr. 04-11 Hrsg. v. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. Halle-Wittenberg. <http://edoc.bibliothek.uni-halle.de/servlets/DocumentServlet?id=493> (16.02.2006).

- Beckmann/Brinkmann/Schuster konzipieren Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung von Unternehmen.

BEHRENT, Michael/ WIELAND, Josef (Hrsg.) (2003): Corporate Citizenship und strategische Unternehmenskommunikation in der Praxis. München.

- Behrent/ Wieland bieten eine praxisorientierte Diskussion von Corporate Citizenship, welche zum einen Initiativen und zum anderen international agierende Konzerne sowie deren unterschiedliche Einschätzungen von Corporate Citizenship präsentieren.

BERTELSMANN STIFTUNG (2005): Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-512BBAFF/bst/-Unternehmensbefragung_CSR_200705.pdf (10.02.2006).

- Die Studie verweist auf das hohe Verantwortungsbewusstsein deutscher Unternehmen; gleichzeitig ist sie eine der ersten repräsentativen Untersuchungen in Deutschland.

BRINKMANN, Johanna (2004): Corporate Citizenship und Public-Private-Partnerships. Zum Potential der Kooperation zwischen Privatwirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit und Zivilgesellschaft. WZGE-Studien Nr. 1-2004. Hrsg. v. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. Halle-Wittenberg. <http://edoc.bibliothek.uni-halle.de/servlets/DocumentServlet?id=965> (09.02.2006).

- In der qualitativen Untersuchung, die auf zwei Fallstudien zur internationalen Entwicklungszusammenarbeit beruht, wird Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung von Unternehmen charakterisiert. Vor diesem Hintergrund werden ein vierstufiges Modell entwickelt sowie die Chancen und Herausforderungen von Kooperation zwischen Unternehmen, Staat und Zivilgesellschaft als Bestandteil von Corporate Citizenship untersucht.

DRESEWSKI, Felix (2004): Corporate Citizenship. Ein Leitfaden für das soziale Engagement mittelständischer Unternehmen. Berlin.

- Dieser Leitfaden gibt Unternehmen Grundlageninformationen zum Sinn und Zweck des gesellschaftlichen Engagements und Ratschläge zur Umsetzungen entsprechender unternehmerischer Ideen und Absichten.

ENQUETE-KOMMISSION "Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements" des Deutschen Bundestages (Hrsg.) (2003): Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. Opladen. <http://dip.bundestag.de/btd/14/089/1408900.pdf> (03.01.2006).

- Der Bericht der Enquete-Kommission "Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements" des Deutschen Bundestages bietet neben dem bürgerschaftlichen Engagement und seinen vielfältigen Facetten einen komprimierten Überblick zum Thema Corporate Citizenship. Dabei werden besonders Interessensvertretungen (Gewerkschaften, Wirtschaftsverbände) in der Arbeitswelt berücksichtigt.

FORSA/ GESELLSCHAFT FÜR SOZIALFORSCHUNG UND STATISTISCHE ANALYSEN (2005): „Corporate Social Responsibility“ in Deutschland, Berlin.

- Die unternehmensorientierte Studie fasst die vielfältigen Engagementformen und -motivationen deutscher Unternehmer und ihrer Unternehmen zusammen und gibt einen repräsentativen Überblick über das Engagement deutscher Unternehmen.

GAZDAR, Kaevan/ KIRCHHOFF, Klaus Rainer (2004): Unternehmerische Wohltaten – Last oder Lust? Von Stakeholder Value, Corporate Citizenship und Sustainable Development bis Sponsoring. Neuwied.

- Es wird – in überaus ansprechender Art und Weise – für ein breites Fachpublikum ein reflektierter Überblick über das weit verzweigte Thema „gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“ gegeben.

GAZDAR, Kaevan/ HABISCH, André/ KIRCHHOFF, Klaus Rainer/ VASEGHI, Sam (2006): Erfolgsfaktor Verantwortung. Corporate Social Responsibility professionell managen. Berlin.

- Die Aufsatzsammlung basiert auf eine Studie, welche die Professionalität von Unternehmen in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung thematisiert. In einem folgenden Teil werden die Kriterien einer professionellen gesellschaftlichen Verantwortung anhand von Best-Practice-Beispielen illustriert.

HABISCH, André (2003): Corporate Citizenship – Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland. Berlin.

- Habisch verbindet deskriptiv die theoretische Konzeption von Corporate Citizenship, basierend auf dem Begriff des Sozialkapitals, mit einer Reihe von Best-Practice-Beispielen und skizziert so die Vielfalt des Themas in Deutschland.

HABISCH, André/ JONKER, Jan/ WEGNER, Martina/ SCHMIDPETER, Renè (Hrsg.) (2005): Corporate social responsibility across Europe. Berlin.

- Die Aufsatzsammlung skizziert anhand von 25 Expertisen die unterschiedlichen Entwicklungen und Bedeutungen von CSR in Europa, wobei sich die Darstellung der deutschen Situation auf historisch deskriptive Betrachtungen und der Nennung von aktuellen Akteuren in der Debatte beschränkt.

HEUBERGER, Frank/ OPPEN, Maria/ REIMER, Sabine (2004): Der deutsche Weg zum bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen – Thesen zu „Corporate Citizenship“ in Deutschland. Hrsg. v. der Friedrich-Ebert-Stiftung. <http://library.fes.de/pdf-files/stabsabteilung/02261.pdf> (10.02.2006).

- Basierend auf acht Best-Practice-Beispielen werden deutsche Besonderheiten skizziert und die unzureichende wissenschaftliche Forschung thematisiert.

HOMANN, Karl (2006): Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Philosophische, gesellschaftstheoretische und ökonomische Überlegungen. Diskussionspapier Nr. 04-6. Hrsg. v. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. <http://www.wcge.org/downloads/DD-04-6.pdf> (27.03.2007).

- Homann ermöglicht eine detaillierte Betrachtung des häufig normativ verstandenen Begriffs der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Hierbei bedient er sich unterschiedlicher wissenschaftlicher Perspektiven, wie der Philosophie, der Ökonomie und der Soziologie).

JANNING, Heinz/ BARTJES, Heinz (1999): Ehrenamt und Wirtschaft. Internationale Beispiele bürgerschaftlichen Engagements der Wirtschaft. Hrsg. v. der Robert-Bosch-Stiftung GmbH. Stuttgart.

- Die Darstellung zählt neben Westebbe/Logan zu einer der ersten deutschen Publikationen und behauptet eine geringe Engagementbereitschaft deutscher Unternehmen.

KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (2001): Grünbuch: Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. Brüssel. http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf (10.02.2006).

- Die EU-Kommission betont mit dem Grünbuch die auf europäischer Ebene im Vordergrund stehende Diskussion über Corporate Social Responsibility (CSR) – die vor allem aus Problemen der Globalisierung erwachsene Dimension der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen.

LANG, Susanne/ SOLMS NEBELUNG, Frank (2004): Geschäftstrategie Verantwortung. Corporate Citizenship als Business Case. Bonn. Hrsg. v. der Friedrich-Ebert-Stiftung. <http://library.fes.de/pdf-files/stabsabteilung/02622.pdf> (10.02.2006).

- Der Artikel beschreibt basierend auf der us-amerikanischen Diskussion Corporate Citizenship als Business Case und postuliert eine strategische Ausrichtung dieses Ansatzes.

LIEBL, Franz (2002): Wie verkauft man mit „Gemeinwohl“, In: MÜNKLER, Herfried / FISCHER, Karsten (Hrsg.): Gemeinwohl und Gemeinsinn, Rhetoriken und Perspektiven sozial-moralischer Orientierung, Berlin, S. 207-225.

- Liebl thematisiert Corporate Citizenship als Marketingstrategie und diskutiert anhand von Beispielen die Chancen und Herausforderungen einer Stakeholderorientierung im Rahmen von Corporate Citizenship.

LOEW, Thomas/ ANKELE, Kathrin/ BRAUN, Sabine/ CLAUSEN, Jens (2004): Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung. Münster/Berlin. <http://www.ioew.de/home/downloaddateien/bedeutung%20der%20csr%20diskussion.pdf> (10.02.2006).

- In dem Bericht wird die anhaltende Begriffsdebatte um CSR und Corporate Citizenship rückblickend reflektiert und um die Perspektive der Nachhaltigkeit erweitert.

LUNAU, YORK/ WETTSTEIN, FLORIAN (2004): Die soziale Verantwortung der Wirtschaft. Was Bürger von Unternehmen erwarten. St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik 35. München.

- Eine der ersten empirischen Untersuchungen, die die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen aus der Perspektive von Bürgern beleuchtet.

MAAB, Frank/ CLEMENS, Reinhard (2002): Corporate Citizenship. Das Unternehmen als „guter Bürger“. Wiesbaden.

- Die empirische Untersuchung von Maaß/Clemens ermöglicht in Deutschland erstmals getrennte Aussagen zu Klein- und Mittelständischen Unternehmen. Jedoch ist für die Studie

ebenfalls charakteristisch, dass eine sehr geringe Fallzahl und eine positive Selektion der befragten Unternehmen zu diskussionswürdigen Ergebnissen führen.

MAAB, Frank (2005): Corporate Citizenship als partnerschaftliche Maßnahme von Unternehmen und Institutionen. Eine Untersuchung der Erscheinungsformen und Determinanten von Kooperationen im zivilgesellschaftlichen Bereich. Auszug aus „Jahrbuch zur Mittelstandsforschung 1/2005“. Schriften zur Mittelstandsforschung Nr. 108 NF. Wiesbaden.

- Der Schwerpunkt der Studie besteht in der zu untersuchenden Win-Win-Situation und deren Ergebnisse aus unternehmerischer Perspektive. Außerdem werden in einem zweiten Teil Kooperationen mit dem Dritten Sektor untersucht. Somit ermöglicht die Studie Schlussfolgerungen zur Praxis von Corporate Citizenship – allerdings nur im Sinne von Best-Practice, da durch eine positive Selektion die Daten nicht für deutsche Unternehmen verallgemeinerbar sind.

MUTZ, GERD/ KORFMACHER, Susanne (2003): Sozialwissenschaftliche Dimensionen von Corporate Citizenship in Deutschland. In: BACKHAUS-MAUL, Holger/ BRÜHL, Hasso (Hrsg.): Bürgergesellschaft und Wirtschaft – zur neuen Rolle von Unternehmen. Berlin, S. 45-62.

- Die Schwerpunktsetzung bei Mutz/ Korfmacher besteht in der Übertragung des us-amerikanischen Leitgedankens von Corporate Citizenship in den deutschen Kontext.

PIES, Ingo/ BRINKMANN, Johanna (2005): „Corporate Citizenship: Raison d'être korporativer Akteure aus Sicht der ökonomischen Ethik. Diskussionspapier Nr. 05-1. Hrsg. v. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik.

- Pies/ Brinkmann entwickeln ein theoretisches Modell von Corporate Citizenship als unternehmerische Ordnungsverantwortung, welches explizit jenseits eines antagonistischen Verhältnisses von Gewinnstreben und Moral verortet ist. Dabei grenzen sie sich gezielt von weiteren Corporate-Citizenship-Modellen ab, welche die gesellschaftliche Verantwortung unter Wettbewerbsbedingungen betonen.

POLTERAUER, Judith (2004): Gesellschaftliche Integration durch Corporate Citizenship? In: Diskussionspapiere zum Nonprofit-Sektor, Nr. 24. <http://www.aktive-buergerschaft.de/-vab/ressourcen/diskussionspapiere/wp-band24.pdf> (10.02.2006).

- Aufbauend auf dem Modell sozialer Systeme nach Parsons und eigener qualitativer Untersuchungen, diskutiert Polterauer speziell das Verhältnis von Unternehmen und Zivilgesellschaft sowie darüber hinaus die gesellschaftspolitische Funktion von Corporate Citizenship.

POLTERAUER, Judith (2005): Corporate Citizenship: Die wechselseitige Durchdringung von Wirtschaft und Zivilgesellschaft. In: ADLOFF, Frank/ BIRSL, Ursula/ SCHWERTMANN, Philipp (Hrsg.): Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Theoretische und empirische Perspektiven. Jahrbuch für Europa- und Nordamerika-Studien 8. S. 97-126.

- Polterauer arbeitet aus systemfunktionalistischer Perspektive die spezielle Bedeutung von Unternehmen als „Bürgern“ heraus und diskutiert daraus resultierende gesellschaftliche Folgen.

POLTERAUER, Judith (2006): Gesellschaftsbilder von Unternehmen. Ein Systematisierungsvorschlag zum Verhältnis von Unternehmen und Gesellschaft. In: Blätter der Wohlfahrtspflege. Heft 4. S. 137 – 139.

- Der Artikel bietet eine systemtheoretisch ausgerichtete Systematisierung für die unternehmensspezifische Wahrnehmung der Gesellschaft.

PORTER, Michael E./KRAMER, Mark R. (2006): Corporate Social Responsibility. Wohltaten mit System. In Harvard Business manager. Januar 2007. S. 16 – 35.

- Porter/ Kramer betonen den unternehmerischen Wert gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen und illustrieren dieses an unterschiedlichen Beispielen.

RIESS, Birgit (Hrsg.) (2006): Verantwortung für die Gesellschaft – verantwortlich für das Geschäft. Ein Management-Handbuch. Gütersloh.

- Ausgehend von einem umfassenden Verständnis einer Corporate Social Responsibility wird gesellschaftliches Engagement von Unternehmen als Managementaufgabe formuliert und anhand ausgewählter Unternehmensbeispiele vertieft.

RINGLSTETTER, Max/ SCHUSTER, Michael (2003): Corporate Citizenship – Eine aktuelle Mode der Strategischen Unternehmensführung? In: Ringlstetter, Max/ HENZLER, Herbert/ MIROW, Michael (Hrsg.): Perspektiven der Strategischen Unternehmensführung. Theorien, Konzepte, Anwendungen. Wiesbaden, S. 169-198.

- Ringlstetter/ Schuster betrachten Corporate Citizenship aus einer rein wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive. Dabei liegt die Stärke im kritischen Hinterfragen und der Diskussion bisher unbeantworteter Fragen, die für die Entwicklung von Corporate Citizenship entscheidend sein können.

RUDOLPH, Brigitte (2004): Neue Kooperationsbeziehungen zwischen dem Dritten und dem Ersten Sektor – Wege zu nachhaltigen zivilgesellschaftlichen Partnerschaften? In: BIRKHÖLZER, Karl/ KISTLER, Ernst/ MUTZ, Georg (Hrsg.): Der Dritte Sektor. Partner für Wirtschaft und Arbeitsmarkt. Wiesbaden, S. 35-97.

- Rudolphs teilweise normative Betrachtung setzt Corporate Citizenship in Zusammenhang mit der soziologischen Theorie der reflexiven Moderne. Die explorative Untersuchung umfasst erstmals neben Befragungen von Unternehmen auch Organisationen des Dritten Sektors.

SCHÖFFMANN, Dieter (2001): Wenn alle gewinnen – Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. Körber Stiftung. Hamburg.

- Schöffmann beschreibt praxisorientiert die Bedeutung und die Chancen von Corporate Volunteering anhand von Best-Practice-Beispielen deutscher Unternehmen.

SCHRADER, Ulf (2003): Corporate Citizenship : Die Unternehmung als guter Bürger? Berlin.

- Schrader bietet eine kritische Systematisierung der internationalen Corporate-Citizenship-Debatte, mit besonderem Schwerpunkt auf Deutschland. Ergänzend wird aus politikwissenschaftlicher Perspektive der Bürgerstatus von Unternehmen im Rahmen von Corporate Citizenship reflektiert.

SEITZ, Bernhard (2002a): Corporate Citizenship. Rechte und Pflichten der Unternehmung im Zeitalter der Globalität. Wiesbaden.

- Die Arbeit betont den Bürgerstatus von Unternehmen aus einer ökonomischen Perspektive. Dabei werden auch die Unternehmensstruktur und ihre Anpassungen an ein neues Verständnis des Bürgers Unternehmen diskutiert.

SEITZ, Bernhard (2002b): Corporate Citizenship: Zwischen Idee und Geschäft. In: WIELAND, Josef/ CONRADI, Walter (Hrsg.): Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement – unternehmerischer Nutzen. Marburg, S. 23-196.

- Die Untersuchung ist Bestandteil einer internationalen Studie und zählt zu den wenigen deutschen quantitativen Befragungen zu diesen Thema. Allerdings sind die Ergebnisse der Studie diskussionswürdig.

SUCHANEK, Andreas/ LIN-HI, Nick (2006): Eine Konzeption unternehmerischer Verantwortung. Diskussionspapier Nr. 06-7. Hrsg. v. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. http://www.hhl.de/-fileadmin/LS/Sustain/Publication/DP_2006-7_Suchanek_Lin-Hi_-_Eine_Konzeption_-_unternehmerischer_Verantwortung_01.pdf (27.03.2007).

- SUCHANEK/ LIN-HI betonen die langfristige Bedeutung einer gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und beschränken diese nicht auf das gesellschaftliche Engagement, sondern bieten eine umfassendere Definition an.

ULRICH, Peter/ KAISER, Markus: Das Unternehmen als guter Bürger. Corporate Citizenship im Zeichen gesamtgesellschaftlicher Mitverantwortung. In: New Management. Die europäische Zeitschrift für Unternehmenswissenschaften und Führungspraxis. Heft 12/2001, S. 25-31.

- Ulrich/ Kaiser thematisieren das Verständnis eines Unternehmens als „guter Bürger“ und deren inhaltliche Herausforderungen – das Spannungsfeld zwischen Ethik und Erfolg. Gleichzeitig wird eine theoretische Auflösung bzw. Reduzierung dieses Spannungsfeldes empfohlen.

WIELAND, Josef (2002): Corporate Citizenship-Management. Eine Zukunftsaufgabe für die Unternehmen!? In: WIELAND, Josef/ CONRADI, Walter (Hrsg.): Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement – unternehmerischer Nutzen. Marburg, S. 9-21.

- Das normative Fazit, Corporate Citizenship sei ein bedeutender Aspekt der Reform und der Fortschreibung der Sozialen Marktwirtschaft sieht Wieland als Perspektive für die zukünftige Debatte um Corporate Citizenship.

WESTEBBE, Achim/LOGAN, David (1995): Corporate Citizenship. Unternehmen im gesellschaftlichen Dialog. Wiesbaden.

- Die frühen konzeptionellen Vorschläge von Westebbe/Logan markieren den Beginn der deutschen Corporate-Citizenship-Debatte.