Globalisierung und Multinationale Unternehmen

Teil III: Theoretische Reflexionen zu Corporate Social Responsibility (CSR)

Vorlesung 13: Ausgangssituation der postnationalen Konstellation: Herausforderungen für die Multinationale Unternehmung

Universität Zürich, FS 2017; 5. April 2017

Prof. Dr. Andreas Georg Scherer

Übersicht

1. Ausgangssituation: Die postnationale Konstellation
2. Corporate Social Responsibility (CSR) und verwandte Konzepte
3. Instrumental View of CSR
4. Corporate Citizenship
   - 4.1. Trends in Praxis und Wissenschaft
   - 4.2. Herkömmliche Sichtweisen
   - 4.3. Erweiterte Sichtweise
   - 4.4. Beispiele
   - 4.5. Die drei Sichtweisen im Vergleich
5. Forschungsfragen und Lernziele

Ausgangssituation: Die postnationale Konstellation nach Habermas (2001) (1/3)

Erosion der Regulationsfähigkeit des Staates

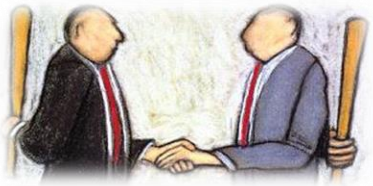
- Externe Effekte und globale öffentliche Güter
- Verlagerung der globalen Wertschöpfung zu Regionen, in denen Rechtsstaatlichkeit und demokratische Institutionen fehlen oder nur schwach ausgeprägt sind
- Inkongruenz zwischen Territorialprinzip und globalen Austauschprozessen

Quellen:
Kinderarbeit: ILO 2011, http://www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--it/index.htm (Abruf: Feb 2012); vgl. Scherer/Palazzo 2008; Scherer/Palazzo 2009; Scherer/Palazzo, 2011

Ausgangssituation: Die postnationale Konstellation nach Habermas (2001) (2/3)

Schwache internationale Regulation

- Mangelnde Durchgriffs- und Sanktionsmöglichkeiten supranationaler Institutionen
- Taktieren in multilateralen Verhandlungen (Beispiel Internationaler Strafgerichtshof, vgl. Deitelhoff 2009)



Zunehmende Heterogenisierung von Werten, Normen und Lebensstilen

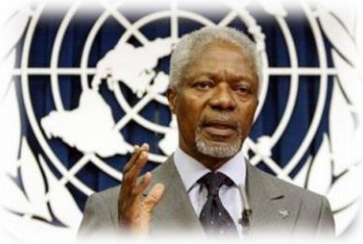
- Gemeinsame Auffassung von „richtig und falsch“ schwindet

Ausgangssituation: Die postnationale Konstellation nach Habermas (2001) (3/3)

Entstehung neuer Formen von Regulation in der Global Governance

- NGOs, MNUs, und supranationale Institutionen wirken bei der Global Governance mit, z.B. im Bereich Friedenssicherung, Menschenrechtsschutz und der Entwicklung und Implementierung von Sozial- und Umweltstandards.
- Verlagerung der Unternehmensregulation von staatszentrischen zu polyzentrischen, multi-lateralen und nicht-territorialen Formen des Regierens
  - Beispiel: UN Global Compact (http://www.unglobalcompact.org)

Global Compact



Kofi Annan

Georg Kell

Corporate Citizenship (CC)
Ausgangspunkt: Corporate Social Responsibility (I)

EU-Definition 2001:

„Die meisten Definitionen bezeichnen sie [CSR] als ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf ***freiwilliger*** Basis **soziale Belange und Umweltbelange** in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren. Sozial verantwortlich handeln heißt nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einhalten, sondern über die bloße Gesetzeskonformität hinaus 'mehr' investieren in Humankapital, in die Umwelt und in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern. Die Erfahrung mit Investitionen in umweltverträgliche Technologien und Unternehmenspraktiken legt nahe, dass es der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zuträglich sein kann, wenn man über die bloße Gesetzeskonformität hinausgeht. So kann es sich zum Beispiel ***unmittelbar positiv auf die Produktivität auswirken***, wenn man im sozialen Bereich mehr tut als es die gesetzlichen Auflagen erfordern […] Man eröffnet sich damit neue Wege der Bewältigung des Wandels und neue Möglichkeiten, ***soziale Errungenschaften mit der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit in Einklang zu bringen.***"

Grünbuch 2001: Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen, Seite 7 (eigene Hervorhebungen)

http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366

EU-Definition 2011:

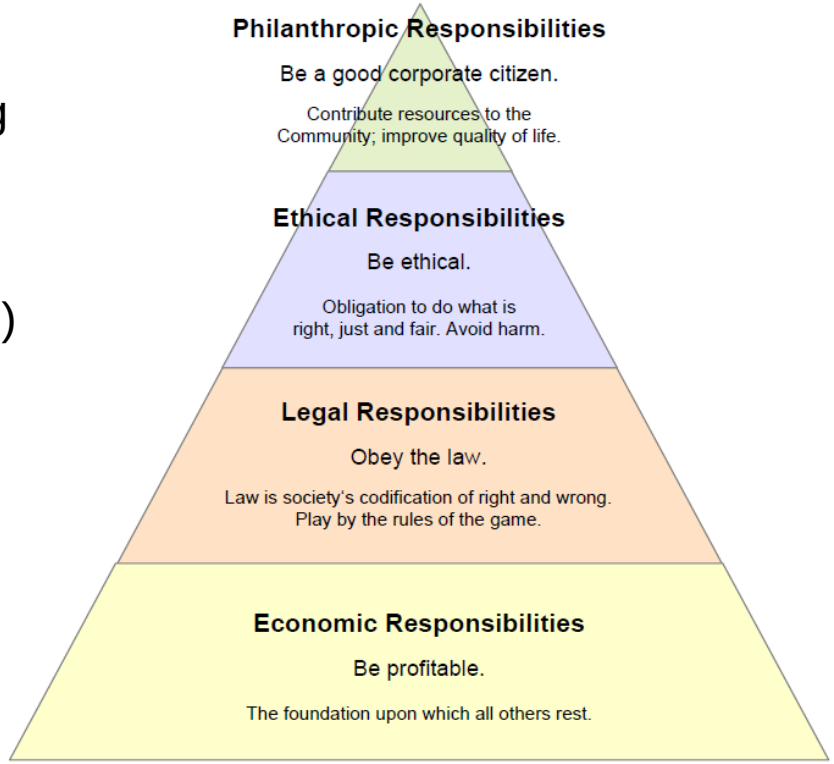
CSR ist „die **Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft** … Nur wenn die geltenden Rechtsvorschriften und die zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge eingehalten werden, kann diese Verantwortung wahrgenommen werden. Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein ***Verfahren*** zurückgreifen können, mit dem **soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange** in **enger Zusammenarbeit** mit den Stakeholdern in die **Betriebsführung** und in ihre **Kernstrategie** integriert werden."

EU-Strategie für die soziale Verantwortung von Unternehmen, Seite 7 (eigene Hervorhebungen)

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/new-csr/act_de.pdf

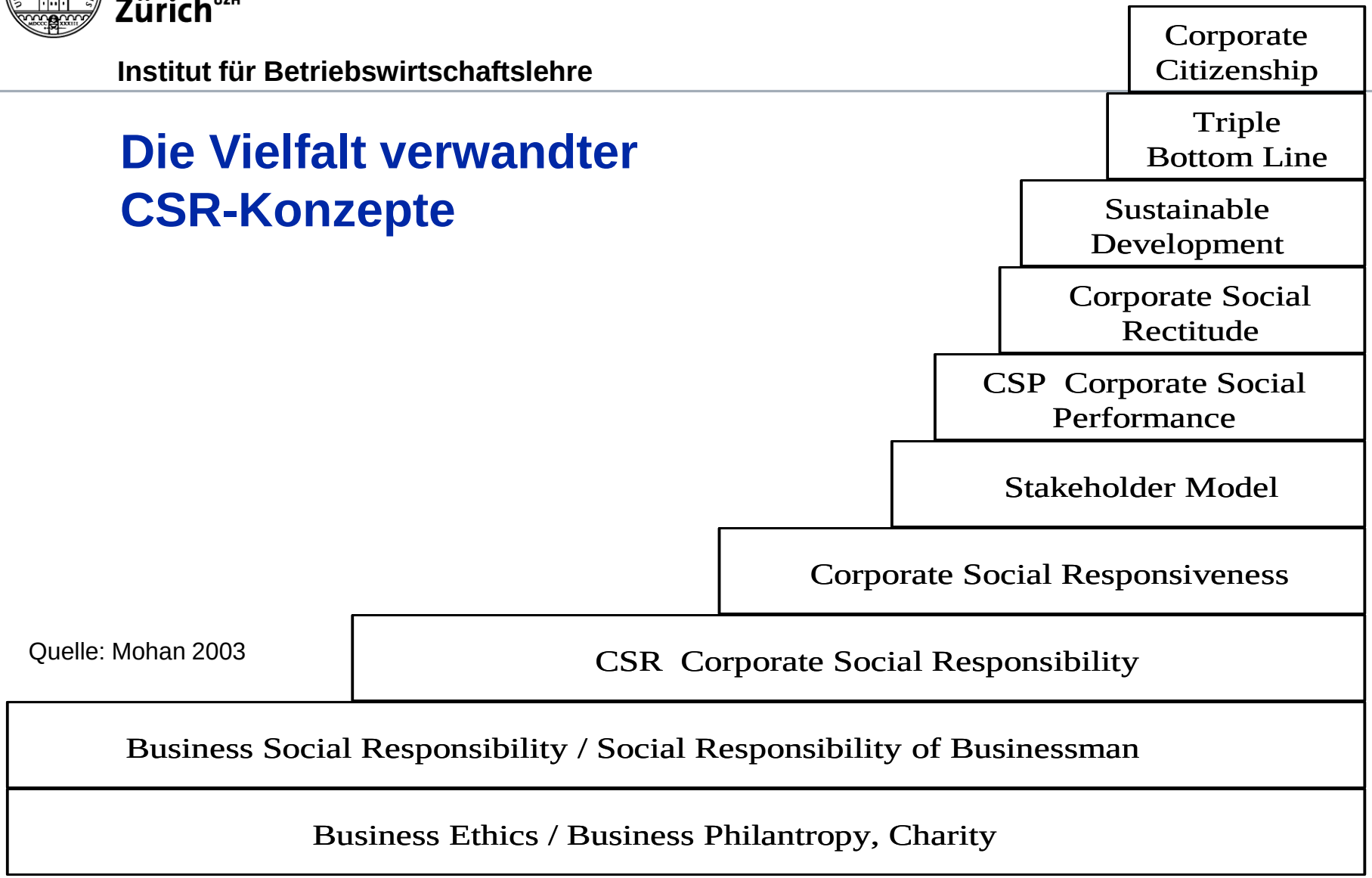
Corporate Citizenship (CC)
Ausgangspunkt: Corporate Social Responsibility (II)

- Corporate Social Responsibility (CSR) beinhaltet vier Arten unternehmerischer Verantwortung (vgl. Carroll 1991)
- Ökonomisch (Profitabilität)
- Rechtlich (Befolgung der Gesetze)
- Ethisch (richtiges, gerechtes und faires Handeln)
- Philanthropisch (Unterstützung von Projekten in den Bereichen Soziales, Ausbildung, Freizeit oder Kultur etc.)



Die CSR-Pyramide von Carroll (1991, S. 42)

Die Vielfalt verwandter CSR-Konzepte



Quelle: Mohan 2003

--1950----1955----1960----1965----1970----1975----1980----1985----1990----1995------2002-

Die Vielfalt verwandter CSR-Konzepte

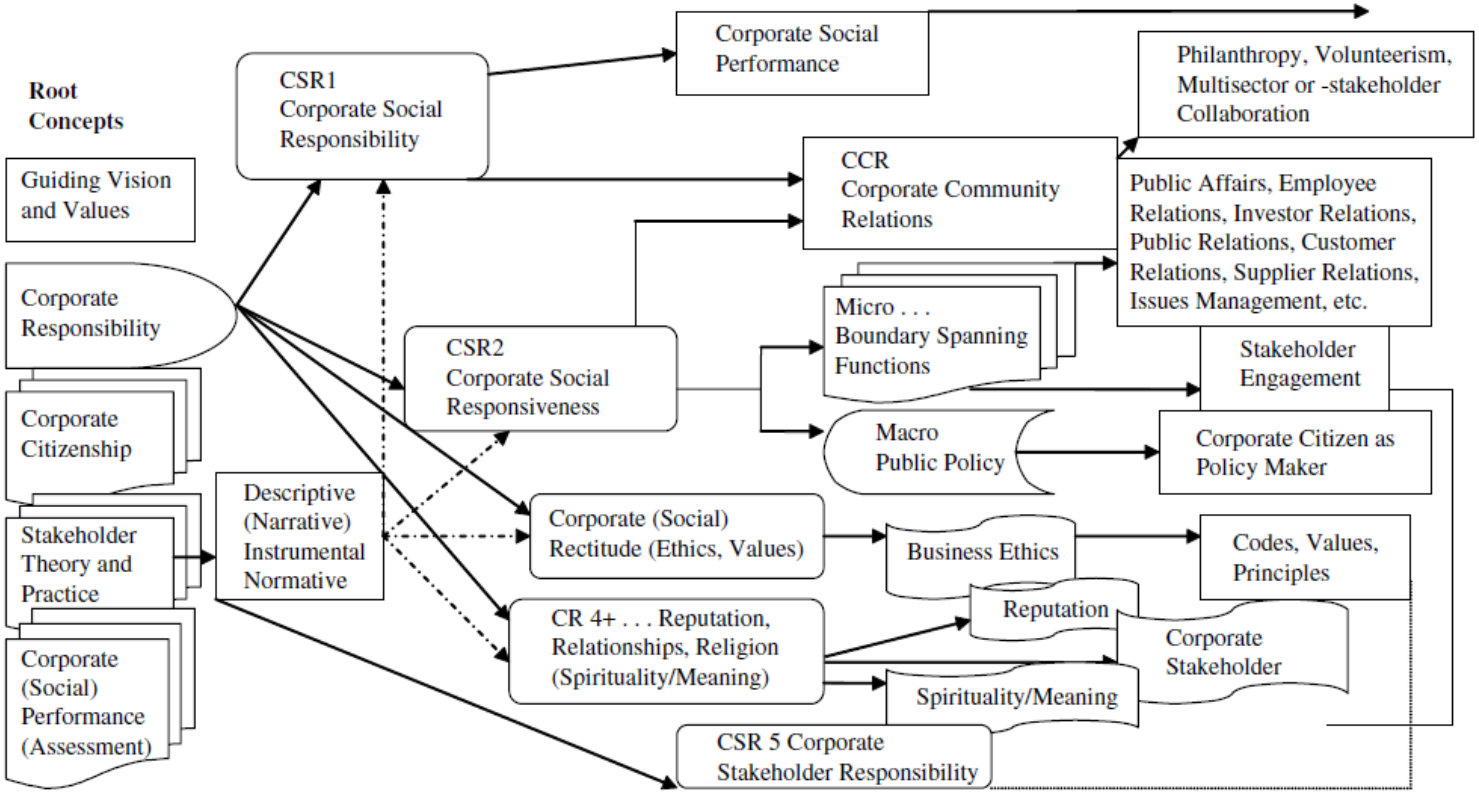


Figure 3.1 A concept tree for corporate citizenship

Waddock 2008, S. 53

Instrumentalistische Perspektive auf CSR (I)

- **Strikte Trennung von Politik und Wirtschaft:** Staatliche Akteure bestimmen die Rahmenbedingungen. Unternehmen fokussieren auf Profitmaximierung und Shareholder Value und halten sich an bestehende Gesetze und moralische Erwartungen.
- Isomorphistic adaption of business policies to „broader community values“ (Swanson 1999), societal expectations „at a given point in time“ (Carroll 1979), or the „basic rules of that society“ (Friedman 1970).
- Gesellschaftliche Verantwortung wird nur übernommen, wenn dies im langfristigen ökonomischen Interesse der Unternehmung ist.
- Eine Vielzahl von empirischen Studien untersucht den Zusammenhang zwischen CSR und finanziellem Erfolg (Margolis/Walsh 2003).
- Der „business case“ für CSR steht im Vordergrund. CSR als „investment“ (McWilliams/Siegel 2001). „Optimales Niveau“ an CSR Aktivitäten dort, wo Grenzkosten dem Grenznutzen von CSR entsprechen.

Instrumentalistische Perspektive auf CSR (II)

Probleme der instrumentellen Sichtweise:

- „Corporate Politics“ als ein Mittel, das politische System zum Vorteil der MNU zu beeinflussen (Hillman/Keim/Schuler 2003).
  - Beispiel Lobbyismus: 20.000 Lobbyisten arbeiten in Brüssel, circa 2.600 Interessengruppen verfügen über ein ständiges Büro (vgl. www.lobbycontrol.de).
- MNUs stellen globale öffentliche Güter zur Verfügung (Menschenrechtsschutz, Friedenssicherung, Bekämpfung von Korruption). Beispiel: Aidsbekämpfung durch Daimler in Südafrika.
- Alleiniger Fokus auf Profitmaximierung und Isomorphic Adaptation führt zu Legitimitätsproblemen:
  - MNUs agieren in heterogenen Umwelten: Diskrepanz der eigenen Strategien mit den verschiedenen, sich zum Teil widersprechenden, gesellschaftlichen Erwartungen.
  - Es bleibt unklar, wie entstehende Legitimitätslücken geschlossen werden können.

vgl. Scherer/Palazzo 2011

Siehe auch Diskussionen um Lobbyisten im Bundeshaus:
http://www.aargauerzeitung.ch/schweiz/lobbyisten-im-bundeshaus-wollen-selbst-mehr-transparenz-122698751;
http://www.tagesschau.sf.tv/Nachrichten/Archiv/2011/12/17/Schweiz/Bundeshaus-Lobbyisten-neu-im-Internet;
http://www.nzz.ch/aktuell/schweiz/die-wahren-interessen-der-lobbyisten-1.18255372

Instrumentalistische Perspektive auf CSR (III)

Änderung der Rahmenbedingungen durch die postnationale Konstellation:

- Unabhängig davon, ob sich CSR lohnt oder nicht: Die postnationale Konstellation stellt zentrale Annahmen der instrumentellen Sichtweise in Frage.
- Aufbauend auf der Annahme eines intakten Nationalstaats haben ethische Ansätze ebenfalls Probleme, die Konsequenzen der postnationalen Konstellation für CSR-Konzeptionen zu erfassen (siehe Veranstaltung 16).

→ Notwendigkeit das CSR-Konzept und die Rolle der MNUs neu zu bestimmen: **„political CSR“** (Entwicklung einer eigenen Konzeption; vgl. Vorlesung 17)

Corporate Citizenship (CC)
Ausgangspunkt: Corporate Social Responsibility (III)

Bedeutet der Begriff der Corporate Citizenship (CC) gegenüber dem instrumentellen CSR-Begriff eine Erweiterung?

- Ja, denn CC beleuchtet die zunehmend politische Rolle von Unternehmen, ohne diese auf eine instrumentelle Sichtweise zu reduzieren.
  - Es geht nicht allein um Lobbying, sondern um einen Beitrag der Unternehmen zur Global Governance und zur Bereitstellung öffentlicher Güter, dies insbesondere dort, wo der Staat versagt.
- Ja, denn damit ist CC ist anschlussfähig an die postnationale Konstellation und weist eine Perspektive zur Entwicklung einer neuen Konzeption von „Political CSR“.
- Ja, denn CC stelle eine neue Perspektive sowohl für die Praxis also auch für die Wissenschaft dar.

Corporate Citizenship: Trends in Wissenschaft und Praxis

- Die Terminologie „Corporate Citizenship“ (CC) entstand Ende der 90er Jahre in der Unternehmenspraxis.
- Viele MNUs bezeichnen ihre nicht-finanzielle Berichterstattung als „Citizenship Report” oder verwenden ähnliche Versionen dieser Terminologie.
- Gleichzeitig Zunahme des Begriffs im akademischen Bereich:
  - Zeitschrift „Journal of Corporate Citizenship“; Publikationen von Büchern etc.
  - Forschungszentren, z.B. am Boston College: Center for Corporate Citizenship
  - Steigende Anzahl von Regierungsabteilungen und Think Tanks, die sich mit dem Thema CC auseinandersetzen
- Metapher der MNU als „guter Nachbar”

Corporate Citizenship: Evidenz aus der Praxis

https://www.youtube.com/watch?v=YPPFjoeykmM

Corporate Citizenship

Deutsche Bank

Abonnieren 6.103

4.913

Hinzufügen Teilen Mehr

12 0

Veröffentlicht am 11.10.2012

As a responsible corporate citizen, our objective is to build social capital -- everywhere we operate. Around the world. That's why we believe in passing on our passion -- to really make a difference. With a total investment of more than 83 million euros in 2011, Deutsche Bank and its foundations were again among the world's most active corporate citizens. More than 19,000 Deutschbankers supported nearly 3,000 non-profit partner organizations last year. Learn more about what passion to perform can achieve, when it is passed on -- in business and beyond.

Find out more here: https://www.db.com/csr

Read Deutsche Bank's 2012 CSR Report here: https://www.deutsche-bank.de/cr/en/do...

Kategorie	Soziales Engagement
Lizenz	Standard-YouTube-Lizenz

Corporate Citizenship: Evidenz aus der Praxis

SIEMENS

Search for...

Corporate Citizenship

Corporate citizenship has been an integral part of Siemens from the very beginning. We strive to contribute to the sustainable development of the regions, in which we operate. The Project Asha in India is just one example of the many corporate social responsibility initiatives we have launched.

Non-profit solutions for a global community

Corporate Citizenship is Siemens' voluntary commitment in society with the aim to advance societies by making our technology and knowledge accessible to more people around the world. As part of our commitment to social responsibility, Siemens donates some 26 million Euros annually. We strive to create shared value in every country, in which we operate, while strengthening our business performance. We build our commitment on three pillars: access to technology, access to education, and sustaining communities.

Access to technology

Drawing on our key competencies in digitization, automation, and electrification as well as scientific research, we strive to give as many people as possible access to the latest technologies.

Access to education

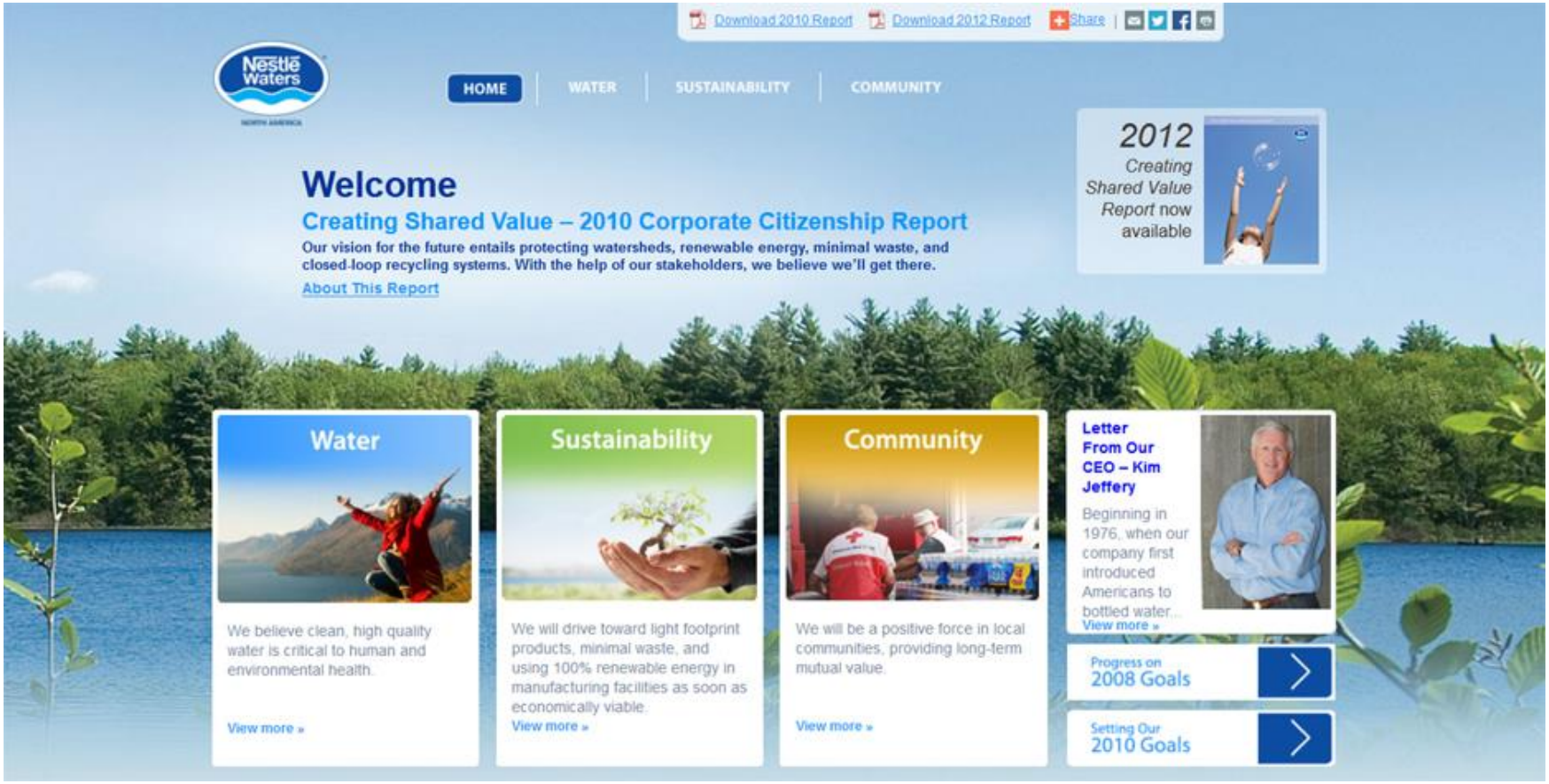
Siemens supports the educational mission of organizations with a focus on STEM (science, technology, engineering and mathematics), , i.e. mathematics, information science, natural sciences and technology. Siemens also contributes with its own programs and initiatives, for example, the Siemens Professional Education program (SPE).

Sustaining communities

Siemens provides urgently needed humanitarian aid after natural disasters: We give technical and financial aid to affected communities to support them in their challenges to maintain - or regain - functionality.

Quelle:
https://www.siemens.com/global/en/home/company/sustainability/corporatecitizenship.html
(Abruf: Apr 2017)

Corporate Citizenship: Evidenz aus der Praxis



Quelle:
http://www.citizenshipreport.nestle-watersna.com/ (Abruf: Apr 2017)

Andrew Crane and Dirk Matten: Corporate Citizenship – http://craneandmatten.blogspot.com/

Crane and Matten blog

An informed and thought-provoking analysis of what lies behind the headlines and headaches of business ethics and corporate social responsibility

Wednesday, October 7, 2015

What does American Apparel's bankruptcy mean for responsible business?

This week's announcement of American Apparel's bankruptcy and subsequent filing for Chapter 11 protection could spell the end of a unique experiment in responsible business.

Although it has been a fixture along with global retailers such as Zara, Gap, and H&M on high streets across the world for the past decade or so, American Apparel is unlike virtually all of its counterparts in the apparel industry when it comes to responsible business. While other global clothing companies outsource their production to suppliers in emerging economies, American Apparel has steadfastly stuck to a made-in-America philosophy, promising that its clothes are 'sweatshop free'.

According to the company, the average American Apparel stitcher earns more than $2,000 month, along with a range of employee benefits including subsidized health insurance, an on-site medical clinic, subsidized public transport, and English classes. By contrast, according to the ILO, garment workers in key Asian export countries Vietnam and Cambodia earn around $80 monthly while the minimum monthly wage for garment workers in Bangladesh is a rock bottom $39.

Given that American Apparel's competitors therefore enjoy such drastically lower labour costs by sourcing from overseas, it may come as little surprise to many that the company is facing major financial difficulties. How could it even have hoped to compete with the likes of its fast fashion rivals Zara and H&M when its cost profile is so unfavourable? Isn't it simply inevitable that it would eventually go bankrupt?

The answer to that question is not as obvious as it may seem.

Translate

Sprache auswählen

Follow by email

Email address... Submit

Andrew Crane [L] and Dirk Matten [R]

Welcome to the Crane and Matten blog - for informed commentary and expert analysis on the everchanging world of corporate responsibility.

We are two business school professors from the Schulich School of Business in Toronto, Canada, best known for our books and research articles on business ethics and corporate citizenship. We've been writing the Crane and Matten blog since 2008, offering unique insight on a range of issues from across the globe.

Andrew Crane is currently the George R. Gardiner Professor of Business Ethics.

Dirk Matten is currently the Hewlett Packard Chair in Corporate Social Responsibility.

Corporate Citizenship: Herkömmliche Sichtweisen

- Die Verwendung der Terminologie ist bisher nicht einheitlich
- Zwei unterschiedliche Begriffsverwendungen lassen sich bislang konzeptionalisieren:

„**Limited View**“ (z.B. Porter):

- philanthropische Verant-wortung der Unternehmen
- Fokus auf der direkten Firmenumwelt und lokalen Gemeinschaft
- CC als rationales Investment (Aufbau von Reputation, langfristige Investments)

⟷

„**Equivalent View**“ (z.B. Carroll):

- CC als Äquivalent zu CSR
- CC als reines „Rebranding“, um den von Praktikern unbeliebten Begriff des CSR zu ersetzen

vgl. Matten/Crane 2005

Corporate Citizenship: Erweiterte Sichtweise (I)

- Citizenship: „basic human equality associated with the concept of full membership of a community“ (Marshall 1965, S. 76).
- Das Wort *Bürger* leitet sich von *burga* (althochdeutsch für „Schutz“, im Englischen *borough)* ab.
- Die Idee von Gleichheit basierend auf individuellen Bürgerrechten entwickelte sich im Laufe der Zeit (Marshall 1965):
  - (1) Social rights: Möglichkeit zur Teilnahme an der Gesellschaft (z.B. Bildung, Gesundheit, Wohlfahrt)
  - (2) Civil rights: Schutz vor Beeinträchtigung durch Dritte (z.B. Recht auf Eigentum, Meinungsfreiheit, Vertragsrechte)
  - (3) Political rights: aktives und passives Wahlrecht, Versammlungsrechte etc.
- Weltbürgertum/Kosmopolitismus in Abgrenzung zu ausschliesslich nationalstaatlicher Zugehörigkeit: Menschen als Mitglieder einer globalen Gemeinschaft (Beck 2006)

vgl. Matten/Crane 2005

Corporate Citizenship: Erweiterte Sichtweise (II)

- Unternehmen (Corporations) als Träger von Rechten und Pflichten innerhalb einer Gesellschaft; Unternehmen als „Bürger“?
- In welchem Verhältnis stehen Unternehmung und Bürgerrechte?
- Unterscheidung zwischen Unternehmen als ***Träger*** von Bürgerrechten versus Unternehmen als ***Garanten*** von Bürgerrechten.
- Definition von Matten/Crane:
  - Corporate Citizenship als „the role of the corporation in administering citizenship rights for individuals“ (Matten/Crane 2005, S. 173)
- Rolle der MNU:
  - „provider of social rights“
  - „enabler of civil rights“
  - „channel for political rights“

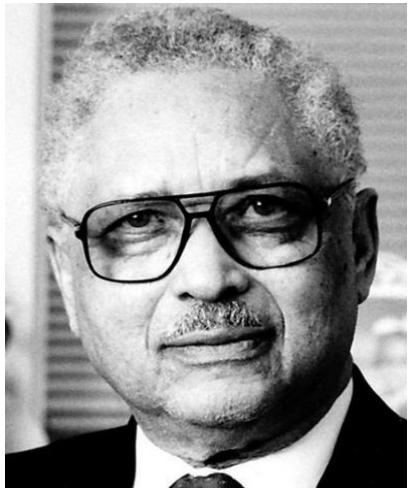
Corporate Citizenship: Erweiterte Sichtweise (III)

- Im Rahmen der postnationalen Konstellation verlieren die Staaten als primäre Akteure zur Gewährleistung der Bürgerrechte an Handlungsspielraum.
- Den Unternehmen, als zentralen Akteuren der Globalisierung, kommt eine neue, auch politische Verantwortung zu, um den Steuerungsverlust der Nationalstaaten auszugleichen.
- Bedingungen bzw. Situationen, unter denen Unternehmen als Garanten von Bürgerrechten auftreten:
  - (1) Regierungen sichern nicht mehr die Bürgerrechte
  - (2) Regierungen vertreten noch nicht die Bürgerrechte
  - (3) Regierungen sind prinzipiell nicht im Stande, die Bürgerrechte zu gewährleisten, da diese ausserhalb des Einflussbereiches von Staaten liegen

vgl. Matten/Crane 2005

Corporate Citizenship: Beispiele (I)
Die Sullivan Principles als Protest gegen die Apartheid in Südafrika

- Code of Conduct für in Südafrika tätige Unternehmen, der sich gegen Diskriminierung innerhalb und ausserhalb des Arbeitsplatzes gerichtete
  - ➔ stand im Widerspruch zu der Segregationspolitik des Staates!
- 1977 von Leon Sullivan (Pfarrer und Aufsichtsratsmitglied von General Motors) ins Leben gerufen.
- Mitentscheidend für die Beendigung der Apartheid in Südafrika.
- 1999: Global Sullivan Principles of Social Responsibility.



Reverend Leon H. Sullivan

"Starting with the work place, I tightened the screws step by step and raised the bar step by step. Eventually I got to the point where I said that companies must practice corporate civil disobedience against the laws and I threatened South Africa and said in two years Mandela must be freed, apartheid must end, and blacks must vote or else I'll bring every American company I can out of South Africa"
(http://muweb.marshall.edu/revleonsullivan/indexf.htm)

GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES of Social Responsibility

Corporate Citizenship: Beispiele (II)
Daimler and das Recht auf Gesundheitsversorgung

DAIMLER Nachhaltigkeitsbericht 2014 Services

Konzern | Strategie | Ethische Verantwortung | Produktverantwortung | Umweltschutz | Mitarbeiter | Lieferanten | Gesellschaft | Ziele | Berichtsprofil | Kennzahlen

‹ Entwicklung und Förderung | Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz | Lieferanten ›

Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz

Der demografische Wandel und die Veränderungen in der Arbeitswelt wirken sich auf die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter aus. Damit sind vorausschauende, nachhaltige Lösungen gefragt, um die Gesundheit und körperliche Unversehrtheit der Beschäftigten zu erhalten.

- Kennzahlen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Leuchtturmprojekte und Initiativen
- Ergonomische Arbeitsplatzgestaltung
- Sozialberatung für Führungskräfte und Mitarbeiter
- Aktivitäten gegen HIV/AIDS

Die betriebliche Gesundheitsförderung bei Daimler zielt darauf ab, die Mitarbeiter zu einem gesunden Lebensstil zu motivieren und ihre Eigenverantwortung in Gesundheitsfragen zu stärken.

- Sozialberatung für Führungskräfte und Mitarbeiter
- Aktivitäten gegen HIV/AIDS
- Portfolio der betrieblichen Gesundheitsförderung
- Gesundheitskampagne 2014

Die Arbeitssicherheit umfasst alle Maßnahmen zur Prävention von Arbeitsunfällen, arbeitsbedingten Erkrankungen und Berufskrankheiten. Eine ihrer Grundlagen ist die Gefährdungsbeurteilung, aus der

Drucken | Empfehlen | Speichern

Ihr Pfad
^ Mitarbeiter
Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz

Quelle: http://nachhaltigkeit.daimler.com/mitarbeiter/gesundheitsmanagement-und-arbeitsschutz (Abruf: April 2016)

Corporate Citizenship: Beispiele (III)

(1) MNU sichern Bürgerrechte, die die Nationalstaaten **nicht mehr** gewährleisten

- Gewährleistung des (privatisierten) Wohlfahrtsstaates (*Social rights*)
- Schutz der Bürger, z.B. in Entwicklungsländern (*Civil rights*)
  - Sicherung der Bürgerrechte des Ogoni Stammes durch Shell in Nigeria (siehe http://www.ratical.org/corporations/OgoniFactS.html)
- Unterstützung politischer Entscheidungen z.B. durch Lobbying oder Protesten; Unternehmen als zusätzliche Stellschraube für politische Teilhabe und Einflussnahme (*Political rights*)

vgl. Matten/Crane 2005

Corporate Citizenship: Beispiele (III)

(2) MNUs sichern Bürgerrechte, die die Nationalstaaten **noch nicht** gewährleisten

- Sicherung grundlegender Sozialstandards in Entwicklungsländern (*Social rights*)
  - Fallbeispiel: Arbeitsstandards in der Textilindustrie (Nike, Levis)
  - Gesundheitsversorgung für Daimler-Mitarbeiter in Südafrika
- Verhinderung repressiver Regime, Hilfe beim Aufbau von Demokratie (*Civil rights*)
  - Präsenz der MNUs in Ländern mit Regimes, wie z.B. in Myanmar oder Sudan
- Beeinflussung von Systemwechseln etc. (*Political rights*)
  - Sullivan Principles

(3) MNUs sichern Bürgerrechte, die **ausserhalb des Einflussbereichs** von Nationalstaaten liegen

- Sozial- und Umweltstandards (*Social rights*)
- Schutz von Eigentum, z.B. kapitalgedeckte Rentenfonds (*Civil rights*)
- Selbstregulation in globalen Industrien; MNU werden zu politischen Akteuren (*Political rights*)

vgl. Matten/Crane 2005

Zusammenfassung: Die drei Sichtweisen zu CC im Vergleich

	Limited View	Equivalent View	Extended View
Focus	Philanthropy, focused on projects, limited scope	All areas of CSR	Citizenship; social, political, and civil rights
Main stakeholder group	Local communities	Broad range of stakeholders	Broad range of citizens; society in general
Motivation	Primarily philanthropic; also economic where citizenship is 'strategic'	Mixed-economic, legal, ethical, philanthropic	Political
Moral grounding	Reciprocity, i.e. 'putting something back'	Duty to be responsible and avoid harms to society	Grounding is not moral, but comes from changes in the political arena

Tabelle nach Crane/Matten 2010, Seite 75

Forschungsfragen zum Thema Corporate Citizenship

- Unter welchen Bedingungen kommt es zur Sicherung von Bürgerrechten durch Unternehmen?

- Wie lässt sich die Sicherung von Bürgerrechten durch Unternehmen einfordern, begleiten, kontrollieren?

- Ist die Gewährung und Durchsetzung von Bürgerrechten durch Unternehmen gesellschaftlich wünschenswert? Was sind die Vorteile/Nachteile der Einbindung von Unternehmen?

Lernziele

Nach dieser Vorlesung sollten Sie …

- ... Grundlagen und Entstehungsgeschichte des Konzeptes der Corporate Social Responsibility kennen.
- ... Merkmale und Probleme der instrumentellen Sichtweise auf CSR kritisch erläutern können.
- ... die verschiedenen Sichtweisen und Inhalte des Konzeptes der Corporate Citizenship unterscheiden und voneinander abgrenzen können.

Literatur

Beck, U. (2006): The Cosmopolitan Vision, Cambridge, UK: Polity Press.

Carroll, A. B. (1979): A Three-Dimensional Model of Corporate Performance, in: Academy of Management Review, Vol. 4, S. 497–505.

Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders, in: Business Horizons, S. 39–48.

Carroll, A. B. (1999): Corporate Social Responsibility, in: Business and Society, Vol. 38, S. 268–295.

Crane, A./Matten, D. (2010). Business Ethics. Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, 3. Edition. New York: Oxford University Press.

Deitelhoff, N. (2009): The Discursive Process of Legalization. Chartering Islands of Persuasion in the ICC Case, in International Organization, Vol. 63, S. 33–65.

Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. New York Times Magazine, September 13, 1970.

Habermas J. (2001): The Postnational Constellation. Political Essays. Cambridge: MIT Press.

Hillman, A./Keim, G./Schuler, D. (2004): Corporate Political Strategies: A Review and Research Agenda, in: Journal of Management, Vol. 30, S. 837–857.

Margolis, J.D./Walsh, J.P. (2003). Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business, in: Administrative Science Quarterly, Vol. 48, S. 265–305.

McWilliams, A./D. Siegel (2000): Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? in: Strategic Management Journal, Vol. 21, S. 603–609.

Mohan, A. (2003): Strategies for the Management of Complex Pratices in Complex Organizations. A Study of the Transnational Management of Corporate Responsibility. Unpublished doctoral dissertation, University of Warwick, United Kingdom.

Scherer, A. G./Palazzo, G. (2008) (Hrsg.): Handbook of Research on Global Corporate Citizenship, Cheltenham: Edward Elgar.

Scherer, A. G./Palazzo, G./Matten, D. (2009) (Gast Hrsg.): Special Issue on: The Changing Role of Business in Global Society. New Challenges and Responsibilities, in: Business Ethics Quarterly, Vol. 19, No. 3.

Scherer, A. G./Palazzo, G. (2011): The New Political Role of Business in a Globalized World – A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy, in: Journal of Management Studies, Vol. 48, S. 899–931.

Swanson, D. L. (1999): Towards an Integrative Theory of Business and Society: A Research Strategy for Corporate Social Performance, in: Academy of Management Review, Vol. 24, S. 506–521.

Waddock, S. (2008): Corporate Responsibility/Corporate Citizenship. The Development of a Construct, in: Scherer, A.G./Palazzo, G. (Hrsg.): The Handbook of Research on Global Corporate Citizenship, Cheltenham: Edward Elgar, S. 50–73.