



Globalisierung und Multinationale Unternehmen

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

Vorlesung 15: Ausgangssituation der postnationalen Konstellation: Herausforderungen für die Multinationale Unternehmung



Universität Zürich, FS 2016; 20. April 2016



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



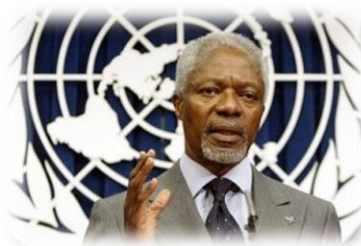
Ausgangssituation: Die postnationale Konstellation nach Habermas (2001) (3/3)

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 Verbraucherbela**ge 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)

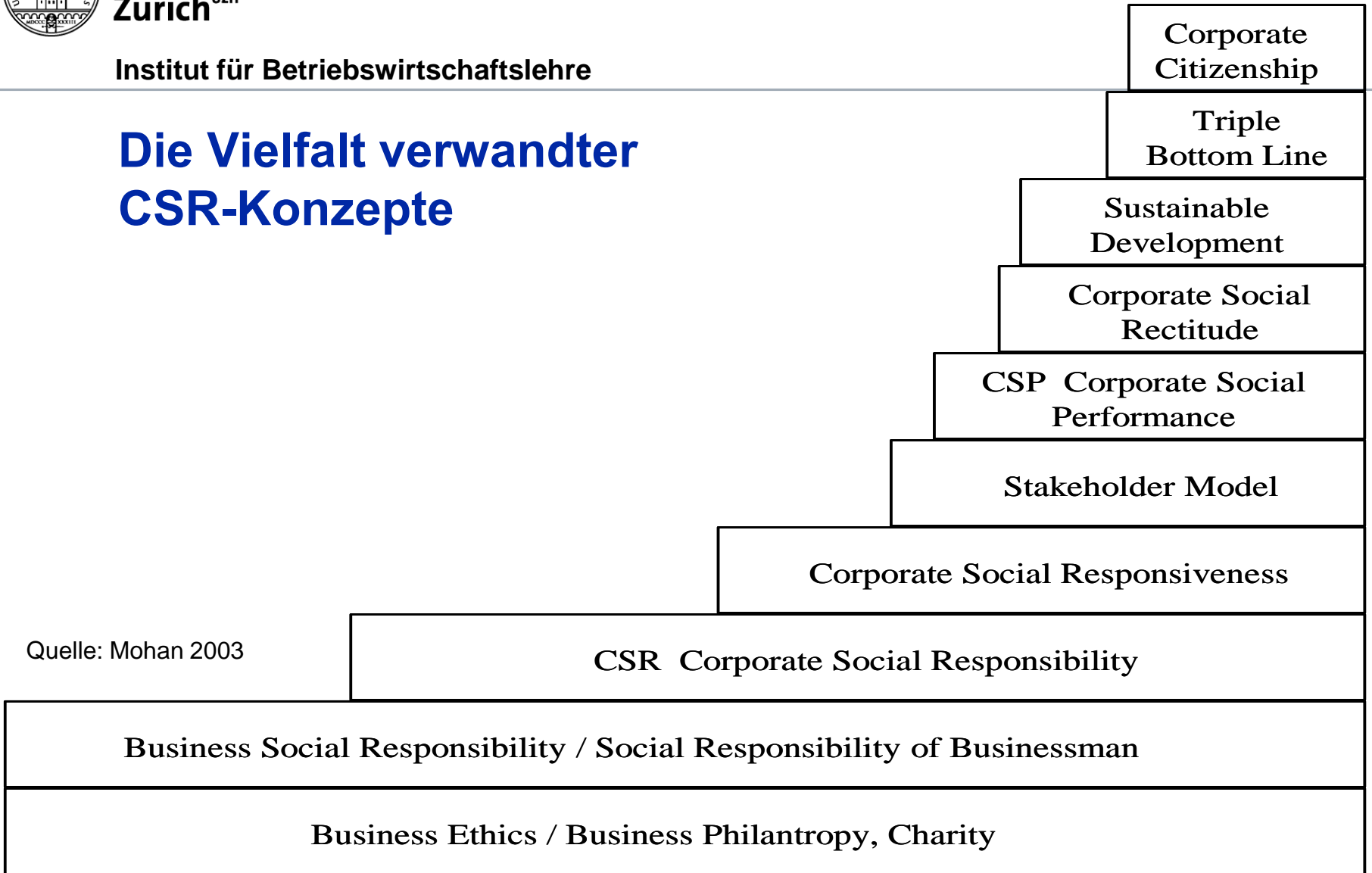
- Corporate Social Responsibility (CSR) beinhaltet vier Arten unternehmerischer Verantwortung (vgl. Carroll 1991)
- Ökonomisch (Profitabilität)
- Rechtlich (Befolgung der Gesetze)
- Ethisch (richtiges, gerechtes und faires Handeln)
- Philanthropisch (Unterstützung von Projekten in den Bereichen Soziales,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

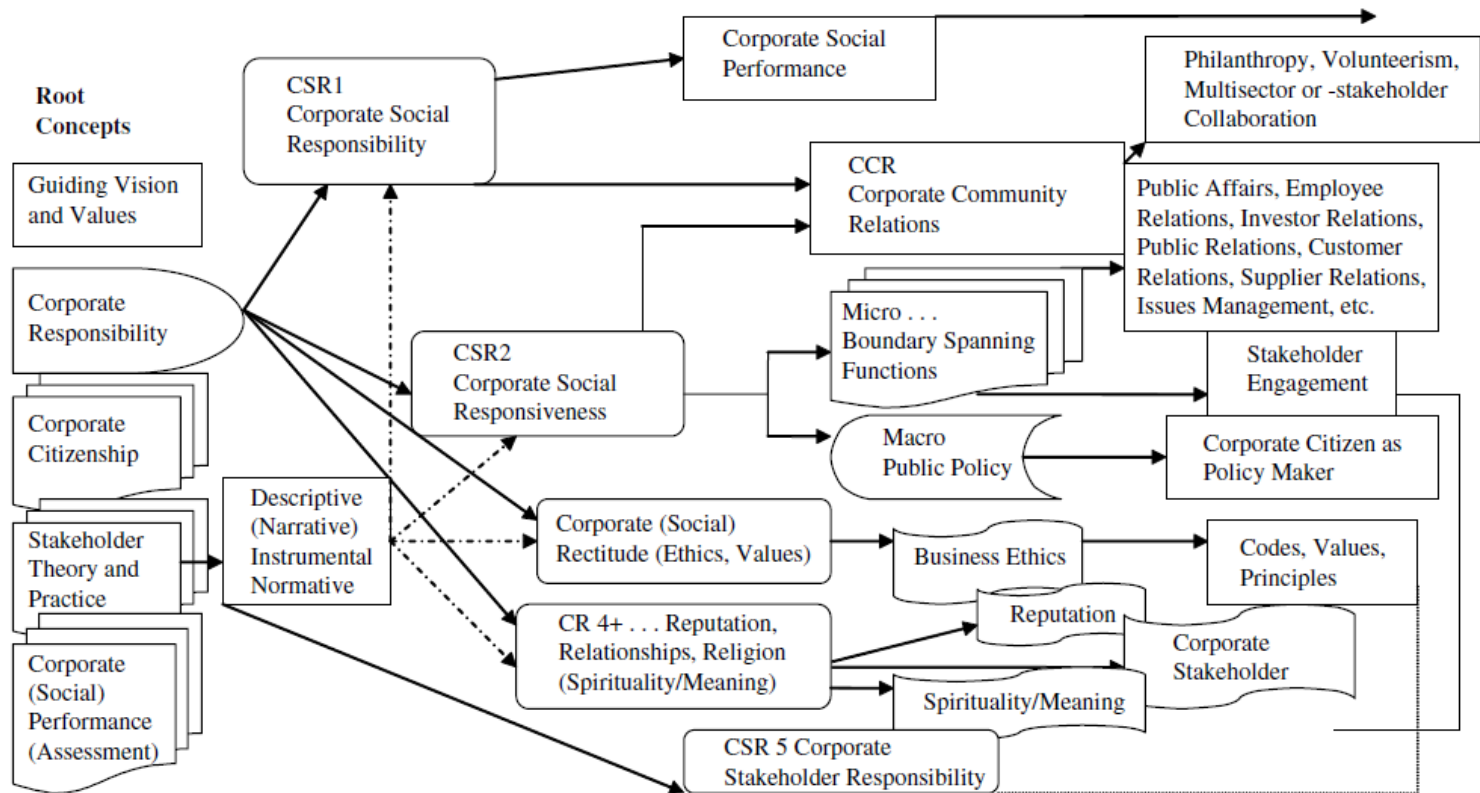


Figure 3.1 A concept tree for corporate citizenship



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: 15.000 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 15)



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 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>

As a responsible corporate citizen,
our objective is to build social capital -
everywhere we operate.
Around the world.

Corporate Citizenship

Deutsche Bank
Abonnieren 6.103

4.913

Hinzufügen Teilen Mehr

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 Deutschebankers 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



› Startseite › Über Siemens › Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement › Themenfelder der Nachhaltigkeit › Corporate Citizenship

Management und Fakten

Referenzen

Corporate-Citizenship-Aktivitäten

Siemens bekennt sich zu dem Anspruch, durch Corporate-Citizenship-Aktivitäten einen dauerhaften positiven Beitrag zur Entwicklung jener Gesellschaften zu leisten, in denen wir aktiv sind. Unsere Aktivitäten haben dabei eine große Bandbreite: Sie reichen von rein philanthropischer Katastrophenhilfe bis hin zu „Shared Value“ oder „Inclusive Business“-Ansätzen, wie unseren mobilen Kliniken in Indien.

Die Verantwortung für die Auswahl und Durchführung unserer gemeinnützigen Aktivitäten liegt bei unseren lokalen Einheiten vor Ort. So stellen wir sicher, dass Unterstützung dort geleistet wird, wo sie am meisten gebraucht wird. Wir konzentrieren unsere Corporate-Citizenship-Aktivitäten unter einem strategischen Blickwinkel auf die Bereiche, in denen unsere Kompetenzen, Ressourcen und freiwilligen Mitarbeiterereinsätze (Volunteering) unter Anwendung hoher Managementstandards einen wirksamen Beitrag leisten können:

- **Bildung und Wissenschaft:** Wir streben einen kontinuierlichen Dialog mit jungen Menschen an und identifizieren und fördern Talent schon in frühen Jahren. Wir unterstützen Bildungs- und Forschungsaktivitäten, insbesondere in den Natur- und Ingenieurwissenschaften sowie im Gesundheitswesen.
- **Sozial:** Mit Projekten in diesem Bereich zielen wir darauf ab, Lebensbedingungen systematisch und dauerhaft zu verbessern. Darüber hinaus leisten wir schnelle humanitäre Hilfe, einschließlich finanzieller und technischer Unterstützung nach Naturkatastrophen.
- **Umwelt:** Wir möchten einen wirksamen Beitrag für den Schutz der Umwelt leisten, insbesondere durch den Einsatz unserer Kompetenzen. Darüber hinaus möchten wir das Bewusstsein der jüngeren Generationen für die Umwelt schärfen.
- **Kunst und Kultur:** Wir unterstützen Kunst und Kultur, da das kulturelle Erbe ein wesentlicher Teil der Identität einer Gesellschaft ist.

Schriftgröße

Seite empfehlen:

Corporate Citizenship - Management und Fakten

- › Übersicht
- › Fokusthema Bildung und Wissenschaft
- › Fokusthema Umwelt
- › Fokusthema Soziales
- › Fokusthema Kunst und Kultur
- › Umsetzung und Wirkungsmessung
- › Siemens Stiftungen

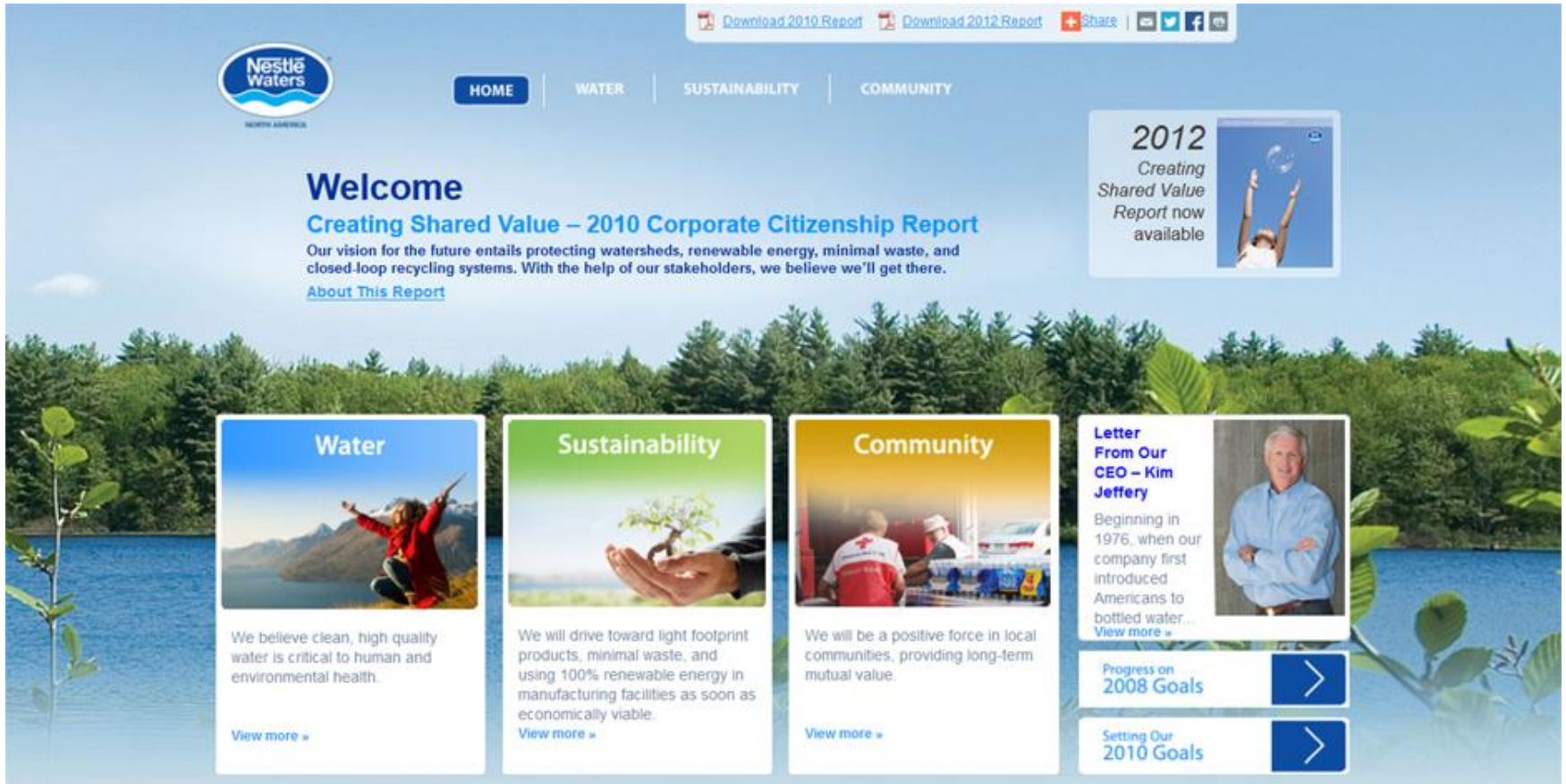
Related Links

- › Siemens im Dialog
- › Millenniums-Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (in Englisch)
- › Global Compact der Vereinten Nationen (in Englisch)

Quelle:

<http://www.siemens.com/about/sustainability/de/themenfelder/corporate-citizenship/management-und-fakten/index.php> (Abruf: März 2015)

Corporate Citizenship: Evidenz aus der Praxis



The screenshot shows the homepage of the Nestlé Waters North America corporate citizenship report. At the top, there are links to download the 2010 and 2012 reports, along with social media icons. The main navigation bar includes 'HOME', 'WATER', 'SUSTAINABILITY', and 'COMMUNITY'. The central message is 'Welcome Creating Shared Value – 2010 Corporate Citizenship Report', with a vision statement about protecting watersheds and recycling. Below this, there are three main content blocks: 'Water' (clean water for health), 'Sustainability' (light footprint and renewable energy), and 'Community' (positive force in local communities). To the right, there is a '2012 Creating Shared Value Report now available' announcement and a 'Letter From Our CEO – Kim Jeffery' section. At the bottom right, there are buttons for 'Progress on 2008 Goals' and 'Setting Our 2010 Goals'.

Quelle:

<http://www.citizenshipreport.nestle-watersna.com/> (Abruf: März 2015)

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.

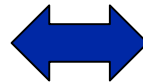
Dirk Matten is currently the Hewlett Packard Chair in Corporate Social Responsibility.

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 Verantwortung 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“



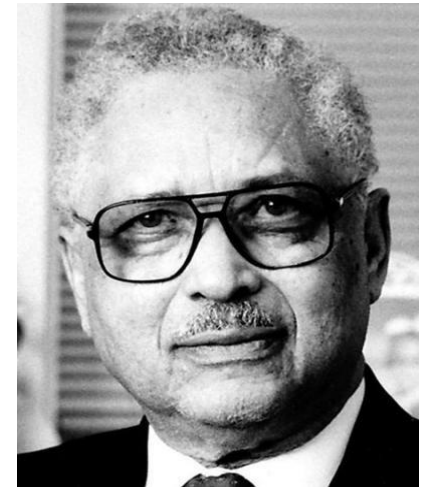
Corporate Citizenship: Erweiterte Sichtweise (III)

- 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

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>)





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

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*)



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 MNU in Ländern mit Regimes, wie z.B. in Myanmar oder Sudan
 - Beeinflussung von Systemwechseln etc. (*Political rights*)
 - Sullivan Principles
- (3) MNU 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*)



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



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 Practices 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.