

## **Anonym**

Die Einführung der Corporate Social Responsibility-Berichtspflichten. Chancen und Risiken im marktorientierten Konzept börsennotierter Unternehmen der europäischen Bekleidungsindustrie

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2018 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668685499

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/419731>

**Anonym**

**Die Einführung der Corporate Social Responsibility-Berichtspflichten. Chancen und Risiken im marktorientierten Konzept börsennotierter Unternehmen der europäischen Bekleidungsindustrie**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

*„Es mögen Fische sterben und Menschen, das Baden in Seen oder  
Flüssen mag Krankheiten erzeugen, [...] und die  
Durchschnittstemperaturen mögen sinken oder steigen: solange darüber  
nicht kommuniziert wird, hat dies keine gesellschaftlichen  
Auswirkungen.“*

Niklas Luhmann 1990:63

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

<b>1. Einleitung: Soziale Unternehmensverantwortung und die Bekleidungsindustrie .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemaufriss und Fragestellung .....	2
1.2 Forschungsstand .....	4
<b>2. Gesellschaftliche Verantwortung von Bekleidungsunternehmen .....</b>	<b>5</b>
2.1 Definition: Der Unternehmensbegriff .....	5
2.2 Definition: börsennotiertes Unternehmen .....	6
2.3 Definition: Der Verantwortungsbegriff.....	6
2.4 Corporate Social Responsibility: Begriffsbestimmung und definitorische Abgrenzung .....	8
2.4.1 Corporate Social Responsibility (CSR) .....	8
2.4.2 Corporate Citizenship (CC).....	9
2.4.3 Corporate Sustainability (CS) .....	10
2.5 Veränderungen der Marktgegebenheiten und Problemfelder in der Bekleidungsindustrie .....	11
2.5.1 Ökonomische Dimension .....	12
2.5.2 Ökologische Dimension .....	12
2.5.3 Soziale Dimension.....	13
2.6 Zwischen-Fazit .....	14
<b>3. CSR als strategische Herausforderung.....</b>	<b>15</b>
3.1 Begriffsbestimmung: Unternehmensführung .....	15
3.2 Strategische CSR als Wettbewerbsvorteil für Unternehmen .....	17
3.3 Konzepte der Unternehmensführung.....	18
3.3.1 Der wertbasierte Ansatz (value-based-view) .....	18
3.3.2 Der marktbasierter Ansatz (market-based-view) .....	19
3.3.3 Der ressourcenbasierte Ansatz (resource-based-view) .....	21
3.4 Erfolgswirkungen durch CSR.....	21
3.4.1 Vorökonomische Erfolgswirkungen .....	22
3.4.1.1 Positiver Reputationsaufbau und dessen Folgewirkungen.....	22
3.4.1.2 Risikovermeidungen .....	23

3.4.1.3 Produkt- und Prozessinnovationen.....	23
3.4.2 Ökonomische Erfolgswirkungen.....	23
3.4.2.1 Positive Auswirkungen auf finanzielle Performance .....	24
3.4.2.2 Kosteneffizienz .....	24
3.5 Zwischen-Fazit .....	24
<b>4. Die Richtlinie 2014/95/EU (CSR-Richtlinie).....</b>	<b>25</b>
4.1 CSR in der EU – von der Freiwilligkeit zur Verbindlichkeit.....	25
4.2 Abgrenzung unterschiedlicher Standards und Richtlinien.....	27
4.2.1 UN Global Compact .....	27
4.2.2 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen .....	28
4.2.3 Global Reporting Initiative .....	29
4.2.4 ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung .....	30
4.3 Die CSR-Richtlinie .....	30
4.3.1 Ziele der Richtlinie .....	31
4.3.2 Anwendungsbereich.....	32
4.3.3 Inhalte der „nichtfinanziellen Erklärung“ .....	32
4.3.3.1 Soziale Belange und Arbeitnehmerbelange.....	33
4.3.3.2 Lieferkette.....	34
4.3.3.3 Menschenrechte .....	34
4.3.4 Art der Berichterstattung.....	34
4.3.5 Sanktions- und Überprüfungsmaßnahmen.....	35
4.4 Zwischen-Fazit .....	36
<b>5. CSR-Berichterstattungen in der Bekleidungsindustrie.....</b>	<b>37</b>
5.1 Verhaltenskodizes und Initiativen in der Textilbranche.....	37
5.1.1 Der Verhaltenskodex von H&M.....	38
5.1.2 Der Verhaltenskodex der HUGO BOSS AG.....	38
5.1.3 Label und Gütesiegel in der Textilwirtschaft.....	39
5.1.4 Zwischen-Fazit: Verhaltenskodizes und Gütesiegel .....	40
5.2 CSR-Berichterstattungen in der europäischen Bekleidungsindustrie.....	40
5.3 Praxisbeispiele HUGO BOSS und H&M .....	41
5.3.1 Unternehmensprofil: HUGO BOSS.....	42
5.3.1.1 Format der Berichterstattung.....	42
5.3.1.2 Schwerpunkt: Lieferkette.....	42