Wirtschaft

Juliane Koch

Differenzierung und Rechtfertigung von Corporate Social Responsibility-Maßnahmen

Masterarbeit

GRIN

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 hochladen und kostenlos publizieren

GRIN

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 Verlages. 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 © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668792227

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/439290

Juliane Koch

Differenzierung und Rechtfertigung von Corporate Social Responsibility-Maßnahmen

GRIN Verlag

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 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

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS III

1. EINLEITUNG 1

1.1 Problemstellung und Vorgehensweise 3

2. BEGRIFFSABGRENZUNGEN 5

2.1 Corporate Social Responsibility 5

2.1.1. Die Abgrenzungsproblematik im Themenfeld CSR 14

2.2 Die Vielfältigkeit von CSR-Maßnahmen 18

3. DIFFERENZIERUNG VON CSR-MAßNAHMEN 20

3.1 Typologisierungen von CSR-Maßnahmen 20

3.2 Relevante Unterscheidungsmerkmale von CSR-Maßnahmen 27

3.3 Beispiele zur Abgrenzung von CSR-Maßnahmen mittels Charakterisierung 33

4. RECHTFERTIGUNG DER EXISTENZ VON CSR-MAßNAHMEN 38

4.1 Business Case vs. Philanthropie:

- Erkennen relevanter Theorien und deren Potential 38

4.2 Der Business Case: Die ökonomische Vertragstheorie nach Homann 49

4.3 Die Philanthropie: Der humane Utilitarismus nach Gesang 53

4.4 Argumentationsvergleich 57

5. DIE FRAGE NACH MÖGLICHEN ARGUMENTATIONSDIFFERENZEN BEZÜGLICH DER DIFFERENZIERTEN MAßNAHMEN 65

6. SCHLUSSBETRACHTUNGEN 76

6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse 76

6.2 Abschließende Betrachtungen 81

7. LITERATURVERZEICHNIS 85

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1
- Themen und Verantwortungsbereiche von CSR nach Münstermann 19
Abbildung 2 - CSR-Pyramide nach A. Carroll 20
Abbildung 3 - Six Options for Doing Good nach Kotler & Lee..... 23
Abbildung 4 - Beispiele zur Typologisierung von Kotler&Lee 24
Abbildung 5 - Charakterisierung von CSR-Maßnahmen 27
Abbildung 6 - CSR-Dimensionen: Theoriendifferenziert 67
Abbildung 7 - Allgemeine Rechtfertigungsbeschränkungen der Theorien..... 74

1. Einleitung

In diesem Jahr lag der vom Global Footprint Network errechnete Erdüberlastungtag am 2. August 2017 (letztes Jahr, war dieser noch sechs Tage später): „An diesem Tag sind die gesamten nachhaltig nutzbaren Ressourcen der Erde für dieses Jahr verbraucht, die der Weltbevölkerung rechnerisch zur Verfügung stünden, wenn sie nur so viel nutzen würde, wie sich im selben Zeitraum regeneriert."[1] Demnach bräuchte die Menschheit, wenn sie ihre Art zu leben in gewohnter Weise weiterführt, 1,7 Planeten. Das ist ein globaler Durchschnittswert; die deutsche Bevölkerung ist fast doppelt so verschwenderisch. Würden alle so leben wie sie, wären dafür 3,2 Erden nötig.[2] Die Menschheit lebt auf Kosten ihrer Nachkommen und es wird Zeit etwas dagegen zu tun, bevor es zu spät ist. In einer Gesellschaft, die von großem Wohlstand geprägt ist und in der existenzielle Bedürfnisse sicher befriedigt sind, wächst das Verständnis für Probleme außerhalb der eigenen Komfortzone. Daher beschäftigt sie sich zunehmend mit Themen wie Nachhaltigkeit, Fair Trade und Ökologie. Gesellschaftlicher Wohlstand ist Folge einer florierenden Wirtschaftslage. Die Erkenntnis, dass dieser Wohlstand auf Opfern erwächst und nicht wieder gut zu machendes menschliches, tierisches Leid und Umweltschäden verursacht, ist nicht mehr nur den Menschen vorbehalten, die sich im Speziellen mit dieser Problematik beschäftigen, sondern auch dem Verbraucher[3] immer mehr bewusst. Das führt dazu, dass Konsumenten beginnen ihr Kaufverhalten zu ändern, indem sie ebendiese Aspekte bei Kaufentscheidungen zunehmend berücksichti-

[1] Germanwatch e.V.: „Erdüberlastungstag: Am 2. August sind natürliche Ressourcen aufgebraucht: Rechnerisch 1,7 Erden zur Deckung des weltweiten Jahresbedarfs nötig".
[2] Vgl.: Germanwatch e.V.: „Deutscher Erdüberlastungstag: Ab Montag machen wir „ökologische Schulden": Nachhaltig nutzbare Ressourcen für dieses Jahr in Deutschland schon am 24. April aufgebraucht"
[3] Genderhinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird in dieser Arbeit auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet.

gen.[4] Sie sind sogar bereit, für Produkte gesellschaftlich engagierter Unternehmen mehr zu zahlen.[5] Da in einer sozialen Marktwirtschaft der Konsument durch seine Nachfrage und den dadurch signalisierten Bedarf das Angebot steuert, müssen Unternehmen zwangsläufig darauf reagieren um wettbewerbsfähig zu bleiben. Global Player, Großkonzerne, die international tausende von Menschen beschäftigen und teilweise mächtiger als Regierungen sind,[6] haben es in der Hand mit ihren Entscheidungen das Leben vieler Menschen zu beeinflussen und nachhaltig mit den von ihnen benötigten Ressourcen umzugehen. Gesunde Wirtschaft steht im wechselseitigen Verhältnis mit einer gesunden Gesellschaft, sie bedingen sich gegenseitig.[7] Ein Paradigmenwechsel kündig sich an: Die unternehmerische Verantwortung für die Gesellschaft (engl. Corporate Social Responsibility[8]) ist nicht mehr bloß ein Phänomen, sondern wichtiger Bestandteil einer zukunftsfähigen Wirtschaft aus Sicht der Stakeholder.[9] Je größer ein Unternehmen ist, desto wichtiger und professioneller wird das Thema CSR behandelt. Das bedingt eine intensivierte Forschung, denn um die Bewegung rund um CSR für zukünftigen Generationen und den Planeten nachhaltig stärken und nutzen zu können, ist es wichtig und notwendig, sie zu verstehen. CSR hat ein großes Potential, dass es noch auszuschöpfen gilt.

[4] Vgl.: imug 2006, S. 43: 87% der Befragten gaben an „auf jeden Fall" oder „wahrscheinlich" das gleiche Produkt des Wettbewerbers zu wählen, der im Gegensatz zur Konkurrenz im besonderen Maße Verantwortung übernimmt.
[5] Vgl.: SPLENDID RESEARCH, a).
[6] Vgl.: Homann, 2004, S. 7.
[7] Meffert / Münstermann, S. 1.
[8] Folgend mit CSR abgekürzt.
[9] Vgl.: zum Beispiel: Rommelspacher, S. 3-5.

1.1 Problemstellung und Vorgehensweise

Trotz des gestiegenen Bewusstseins für CSR auf allen Seiten, ist das unternehmerische Engagement noch immer verhalten. Von den 4000 umsatzstärksten deutschen Unternehmen wurden 591 zu ihrem CSR-Engagement im Rahmen einer Studie befragt. Davon gaben nur 50,3 Prozent dieser Unternehmen an, überhaupt ein solches zu haben und circa 49,1 Prozent übernehmen keinerlei Verantwortung für die Gesellschaft.[10] Es besteht daher der Bedarf diese Unternehmen zu CSR zu motivieren, denn dort liegt Potential brach, dass für gute Zwecke genutzt werden könnte. Aber auch bei Unternehmen die sich bereits engagieren, gilt es dieses Engagement effizienter zu gestalten. Eine in 2016 durchgeführte Studie belegt, dass Konsumenten sich vor allem CSR-Maßnahmen wünschen, die Arbeitsbedingungen in ausländischen Produktionsstandorten verbessern.[11] Während eine andere Studie herausfand, dass 59 Prozent des unternehmerischen Engagements im Bereich Kunst- Kultur- und Sportsponsoring stattfindet.[12] Es kann also insgesamt festgestellt werden, dass der Bedarf besteht, Unternehmen zu wertvollem CSR-Engagement zu motivieren und dieses in eine Richtung zu lenken, die möglichst effizient zu einer nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft beiträgt.

CSR und Wirtschaftsethik sind zwei verwandte Themen. Dem Konzept CSR wird wegen seines Stakeholder-Ansatzes ein wesentlich höherer Praxisbezug zugesprochen, während die Wirtschaftsethik sich deskriptiv und normativ mit moralischen Grundsätzen in der Theorie beschäftigt.[13] Um zu untersuchen, warum trotz steigendem Fokus auf dem Thema CSR, eine unternehmerische Verantwortung für die nachhaltige Entwicklung noch nicht als fester Bestandteil in der Wirtschaft integriert ist, soll daher das praktisch ausgerichtete Konzept CSR aus

[10] Vgl.: BBDO, b).
[11] Vgl.: SPLENDID Research, b).
[12] Vgl.: BBDO, a).
[13] Vgl.: Robin/Reidenbach, S.45.

interdisziplinärer Sicht, betriebswirtschaftlich und wirtschaftsethisch, auf theoretischer Ebene untersucht werden.

Das erste Ziel dieser Arbeit ist daher herauszufinden, ob und wie CSR-Maßnahmen innerhalb ethischer Theorien gerechtfertigt sein können. Damit werden die grundlegenden Motive für CSR dargestellt. Bei der Auseinandersetzung mit CSR ist aber festzustellen, dass dieses äußert vielseitig ist. Daher besteht das zweite Ziel darin zu untersuchen, ob die Differenzierung anhand relevanter Merkmale für die Begründung von CSR-Maßnahmen erheblich ist: können innerhalb des Konzepts CSR, Maßnahmen voneinander unterschieden werden? Und wenn ja, und dies ist das Hauptziel dieser Arbeit; können differenzierte Maßnahmen auch unterschiedlich gerechtfertigt werden? Diese Untersuchung soll helfen den Motivations- und Entscheidungsprozess hinter CSR-Maßnahmen zu verstehen und somit eventuelle Hindernisse für das Durchführen wertvoller Maßnahmen aufzuzeigen.

Es wird daher wie folgt vorgegangen:

Als erstes wird der Begriff CSR definiert und abgegrenzt. Dabei sind die verschiedenen Gebiete der unternehmerischen Verantwortung interessant und die aktuelle Anwendung des Begriffs in der Wissenschaft. Danach soll im ersten Hauptteil untersucht werden, inwieweit CSR-Maßnahmen anhand zu beobachtender Kriterien voneinander zu unterscheiden sind, mit dem Ziel eine Differenzierung von CSR-Maßnahmen zu erstellen. Im zweiten Hauptteil wird das Vorhandensein von CSR-Maßnahmen mittels einschlägiger ethischer Theorien begründet. Dazu findet ein Vergleich der Argumentationen zweier konträrer Theorien miteinander statt, indem Übereinstimmungen und Unterscheidungen identifiziert werden. Nach dieser Herleitung der Rechtfertigungsthesen wird überprüft, ob die zuvor vorgenommene Differenzierung der Maßnahmen bei der Argumentation zu berücksichtigen sind. Zum Abschluss werden die Ergebnisse der Arbeit zusammengefasst und deren Implikationen dargestellt.