

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIV
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Aufbau und Gang der Untersuchung	7
2 Grundlegendes	9
2.1 Historischer Ursprung.....	9
2.2 Begriffsbestimmung der Corporate Social Responsibility	16
2.2.1 Grundverständnis in der Literatur	16
2.2.2 Definition der Europäischen Kommission	18
2.2.3 Auslegung der ISO 26000	20
2.2.4 Auffassung des Nationalen CSR-Forums	21
2.3 Erweiterte Begriffsbestimmung.....	23
2.3.1 Nachhaltigkeit	23
2.3.1.1 Nachhaltige Entwicklung.....	23
2.3.1.2 Unternehmerische Nachhaltigkeit.....	28
2.3.2 Wirtschafts- und Unternehmensethik.....	32
2.3.3 Corporate Citizenship.....	34
2.3.4 Corporate Governance.....	38
2.3.5 Corporate Responsibility	42
2.4 CSR-Konzepte	45
2.4.1 Pyramiden-Modell nach Carroll.....	45
2.4.2 Zwei-Dimensionen-Modell nach Quazi und O'Brien.....	48
2.4.3 Drei-Dimensionen-Modell nach Carroll und Schwartz	49
3 Motivation der Unternehmensverantwortung	53
3.1 Inhärente Verantwortung des Gesellschaftssystems	53
3.1.1 Verantwortung als Marktgleichgewicht.....	53

3.1.2	Verantwortung als Übernahme der Staatsaufgaben	56
3.1.3	Verantwortung im gesamtgesellschaftlichen Kontext	57
3.1.4	Ethischer Ansatz.....	60
3.2	Legitimationsdruck der Stakeholder.....	62
3.2.1	Vom Shareholder- zum Stakeholder-Value-Ansatz.....	62
3.2.2	Identifizierung der maßgeblichen Stakeholder	65
3.2.3	Maßgebliche Stakeholder-Gruppen der Nachhaltigkeit.....	70
3.2.3.1	Kunden	71
3.2.3.2	Mitarbeiter.....	71
3.2.3.3	Öffentliche Gesellschaft.....	72
3.2.3.4	Aktionäre.....	72
3.2.4	Licence to operate	73
3.3	Kommunikation und Marketing	74
3.3.1	Geänderte Nachfrage.....	74
3.3.2	Produktbezogene CSR-Kommunikation.....	77
3.3.3	Unternehmensbezogene CSR-Kommunikation	78
3.3.4	Social Media.....	79
3.4	Kritische Aspekte der Legitimation.....	81
3.4.1	Unterlaufung der marktwirtschaftlichen Prinzipien.....	81
3.4.1.1	Oberziel der Gewinnmaximierung.....	81
3.4.1.2	Suboptimale Allokation	83
3.4.2	Verstärkung der Machtasymmetrien	83
3.4.3	Dominanz des Shareholder-Values	85
3.4.4	Greenwash-Problematik	86
3.4.5	Umgehung von Compliance und Folgekosten	89
3.4.6	Mangelhafte Aussagekraft der Berichterstattung.....	91
3.5	Zwischenfazit.....	92

4	Rahmenwerke und Instrumente der Förderung von CSR.....	95
4.1	OECD-Leitsätze.....	95
4.1.1	Entwicklung.....	95
4.1.2	Zielsetzung	96
4.1.3	Inhalte	98
4.1.4	Kritische Würdigung	101
4.2	Global Compact der Vereinten Nationen	104
4.2.1	Entwicklung.....	104
4.2.2	Zielsetzung	106
4.2.3	Inhalte	107
4.2.4	Kritische Würdigung	109
4.3	GRI-Leitlinien.....	112
4.3.1	Entwicklung.....	112
4.3.2	Zielsetzung	116
4.3.3	Inhalte	117
4.3.4	Kritische Würdigung	121
4.4	Weitere Instrumente.....	123
4.4.1	ILO-Kernarbeitsnormen	123
4.4.2	ISO 26000.....	126
4.4.3	EMAS und ISO 14000	128
4.4.4	Deutscher Nachhaltigkeitskodex	130
4.5	Synopse.....	133
4.6	Unterstützungs- und Beratungs-„Tools“	134
4.6.1	Interne CSR-Abteilungen	134
4.6.2	Externe Beratungsagenturen	135
4.6.3	Institution Kirche.....	137

5	Instrumente der nachhaltigen Berichterstattung.....	141
5.1	Gesellschaftliche Veränderungen und Zielsetzungen	141
5.1.1	Geänderte Rahmenbedingungen	141
5.1.2	Unternehmerische Zielsetzungen	142
5.2	Die CSR-Richtlinie	144
5.2.1	Entwicklung.....	144
5.2.2	Inhalt	146
5.2.3	Wesentliche HGB-Neuerungen.....	147
5.2.4	Kritische Aspekte	150
5.3	Der Lagebericht	154
5.3.1	Funktion und Inhalt	154
5.3.2	Grundsätze zur Sicherung der Berichtsqualität.....	157
5.3.3	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren i. S. d. § 289 Abs. 3 HGB.	160
5.3.4	Wirkungsbereich des DRS 20	163
5.3.5	Nichtfinanzielle Erklärung i. S. d. § 289b Abs. 1 HGB.....	164
5.3.6	Prüfungspflicht und Standard.....	172
5.4	Gesonderter Nachhaltigkeitsbericht	174
5.4.1	Nichtfinanzielle Erklärung i. S. d. § 289b Abs. 3 HGB.....	174
5.4.2	Berichtsprüfung und Standards	176
5.5	Die integrierte Berichterstattung	184
5.5.1	Schwächen der Unternehmenspublizität	184
5.5.2	Grundlegende Konzeption.....	186
5.5.3	Rahmenkonzept des IIRC.....	187
5.5.3.1	Entwicklung	187
5.5.3.2	Leitprinzipien	188
5.5.3.3	Inhaltselemente	191
5.5.4	Umsetzung über den DRS 20 in den Lagebericht.....	194
5.5.5	Prüfungsanforderungen	197
5.6	Quantitative Analyse der Nachhaltigkeitsberichte	199

5.6.1	Auswahl und Erläuterung der Prämissen	199
5.6.2	Auswertung der Analyse	201
5.6.2.1	Publikationsformen	201
5.6.2.2	Stellenwert der GRI-Leitlinien	204
5.6.3	Das IÖW-Nachhaltigkeitsranking	205
5.6.3.1	Auswertung der qualitativen Analyse	205
5.6.3.2	Vergleich der qualitativen und der quantitativen Analyse	206
5.6.3.3	Die DAX-30-Unternehmen im Branchenvergleich	207
5.6.4	Externe Prüfungshandlungen	209
5.6.4.1	Prämissen der Untersuchung der Prüfung	209
5.6.4.2	Prüfung der Nachhaltigkeitsberichte des DAX 30	210
6	Fazit und Ausblick.....	215
	Anhang	221
	Literaturverzeichnis.....	227