

INHALTSVERZEICHNIS

Corporate Social Responsibility – Zur Einführung

Michael S. Aßländer und Albert Löhr

Einführung: Zum Klärungsbedarf der Modevokabel „Corporate Social Responsibility“

11

Corporate Social Responsibility – Theorie unternehmerischer Verantwortung

Otfried Höffe

Soziale Verantwortung von Unternehmen – Rechtsphilosophische Überlegungen

35

Annette Kleinfeld und Birthe Henze

Wenn der Maßstab fehlt – oder wann ist CSR (unternehmens)ethisch vertretbar?

49

Guido Palazzo

Des Kaisers neue Kleider? – Kritische Anmerkungen zum CSR-Boom

73

Corporate Social Responsibility und Zivilgesellschaft

Holger Backhaus-Maul und Martin Kunze

Unternehmen als gesellschaftliche Akteure – Soziologische Zugänge

85

Sebastian Braun

Wohlfahrtspluralistisches Arrangement und gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

99

Peter Friedrich und Heiko Hadasch

Corporate Social Responsibility in Deutschland – Stand einer gesellschaftspolitischen Diskussion

127

Corporate Social Responsibility und Nichtregierungsorganisationen

Janina Curbach

Gut ist nicht gut genug! – Zur gesellschaftlichen (Un)Produktivität von kritischen NGOs und CSR-Verweigerern 147

Veronika Kneip

Sozialstandards in der Textilindustrie – Durchsetzung und Aushandlung zwischen Staat, Markt und Zivilgesellschaft 173

Martin Büscher

Corporate Social Responsibility und Ordnungspolitik – Kommunikation jenseits der Gleichgesinnten 203

Corporate Social Responsibility als Business Case

Philipp Schreck

Zum „Business Case“ for CSR – Konzeptionelle Überlegungen vor dem Hintergrund empirischer Erkenntnisse 225

Jan Dannenbring

Gesellschaftliches Engagement im Handwerk im Spannungsfeld zwischen Förderung und Regulierung 247

Robert E. Bopp

Die Finanzwirtschaft – Anmerkungen zum Risiko- und Ertragsmanagement von Finanzdienstleistern 267

Corporate Social Responsibility und Medien

Kurt Imhof

Globalisierung, Finanzkrise, Öffentlichkeit – Die Rache der Moral 285

Autoren und Herausgeberverzeichnis 311