

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Inhaltsverzeichnis.....	7
Abkürzungsverzeichnis .....	9
1. Einleitung .....	11
2. Corporate Social Responsibility (CSR).....	17
2.1 Tradition des gesellschaftlichen Engagements.....	19
2.2 Begründung für die gesellschaftliche Verantwortung.....	21
2.3 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen von CSR.....	24
2.4 Von der Philosophie zur Strategie.....	25
2.5 Instrumente von CSR.....	28
2.6 Umsetzungsempfehlungen.....	34
2.7 Kritikpunkte.....	36
3. Quo vadis Sozialverantwortung?.....	39
3.1 CSR in der unternehmerischen Praxis .....	39
3.2 CSR in der Theorie.....	42
3.3 Das Problem: Der Kostenexternalisierungsdruck.....	45
3.4 Die Verantwortungssemantik .....	48
3.5 Die Verantwortungsfalle.....	51
4. Theorie der Gabe .....	57
4.1 Definitionen der Gabe .....	57
4.2 Verschiedene Theorien zur Gabe .....	59
4.3 Marcel Mauss' Theorie der Gabe.....	66
4.4 Die Gabe und der Gabentausch nach Marcel Mauss.....	68
4.5 Fazit – Die Gabe .....	78
5. Bedeutung der Theorie der Gabe für moderne Gesellschaften .....	81
5.1 Die Gabengesellschaft.....	81
5.2 Mauss' moderne Interpretation der Theorie der Gabe.....	83

5.3	Spurensuche.....	85
5.4	Gabentauschbeispiele in unternehmerischen Aktivitäten.....	87
5.5	Gabe heute .....	89
5.6	Die Gabe in den Wirtschaftswissenschaften .....	91
5.7	Gründe für die Aktualität der Theorie der Gabe.....	96
6.	CSR – die moderne Gabe .....	99
6.1	Die Gabe in der Wirtschaft.....	100
6.2	Begründung des Gabentauschs und CSR .....	103
7.	Empirischer Teil „Day of Caring“ .....	109
7.1	Experteninterview – theoretische Grundlagen .....	110
7.2	Beschreibung des Projekts „Day of Caring“ .....	113
7.3	InterviewpartnerInnen .....	115
7.4	Auswertung der Interviews.....	119
7.5	Fazit „Day of Caring“ .....	127
8.	Auswertung.....	129
8.1	Gabentausch Corporate Volunteering .....	129
8.2	Beziehung zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen ....	130
8.3	Gesellschaftliche Wirkung von CSR	136
9.	Fazit und Ausblick	141
	Literatur	147
	Glossar	157