

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>X</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XIV</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1. <i>Problemstellung</i> .....	1
1.2. <i>Ziel und Aufbau der Arbeit</i> .....	3
<b>2. Corporate Social Responsibility</b> .....	<b>5</b>
2.1. Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen .....	5
2.2.1. Shareholder- oder Stakeholder-Orientierung.....	5
2.2.2. Ursachen für die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung .....	6
2.2. <i>Begriffsverständnis von Corporate Social Responsibility</i> .....	8
2.2.1. Begriffsabgrenzung .....	8
2.2.2. Begriffsdefinition .....	8
2.2.3. Die Verantwortungsdimensionen von CSR.....	10
2.3. <i>Strategische Ausrichtung von CSR</i> .....	11
2.3.1. Grundlagen und Entwicklung einer CSR Strategie.....	11
2.3.2. CSR in der Unternehmenskommunikation.....	13
2.4. <i>Ökonomische Erfolgswirkungen von CSR-Maßnahmen</i> .....	14
2.4.1. CSR als Business Case .....	14
2.4.2. Empirische Überprüfung der Erfolgswirkung von CSR-Maßnahmen.....	16
<b>3. Signalingtheorie</b> .....	<b>17</b>
3.1. <i>Märkte mit asymmetrischer Informationsverteilung</i> .....	17
3.1.1. Einführung .....	17
3.1.2. Das Modell von George Akerlof.....	19
3.1.3. Das Modell von Michael Spence .....	20
3.2. <i>CSR und Signaling</i> .....	23
3.2.1. Reputation als Instrument der Signalingtheorie.....	23
3.2.2. Die Reputationswirkungen von CSR-Maßnahmen.....	25

<b>4. Signalingtheoretische Analyse</b> .....	<b>27</b>
4.1. <i>CSR und Unternehmen</i> .....	27
4.1.1. Die Signalwirkung einer „Good“ Governance .....	27
4.2.2. Die Signalwirkungen einer Unternehmensethik .....	35
4.1.3. Signalwirkungen von CSR im Rahmen der Wertschöpfungskette .....	39
4.2. <i>CSR und Arbeitsmarkt</i> .....	42
4.2.1. Informationsasymmetrie zwischen Unternehmen und potentiellen Mitarbeitern..	42
4.2.2. Die Signalwirkungen von CSR auf potentielle Bewerber .....	43
4.3. <i>CSR und Finanzmarkt</i> .....	45
4.3.1. Anknüpfungspunkte zwischen CSR und Finanzmarkt.....	45
4.3.2. Socially Responsible Investment .....	46
4.3.3. Einfluss von CSR-Ratings auf die Anlageentscheidung der Investoren.....	48
<b>5. Fazit und Ausblick</b> .....	<b>51</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>55</b>