

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildungsverzeichnis | 15 |
| Abkürzungsverzeichnis | 17 |
| 1. Einleitung | 19 |
| 1.1 Erkenntnisinteresse und Fragestellung | 19 |
| 1.2 Unternehmen und freiwillige Normbefolgung | 23 |
| 1.3 Nationale Bedingungen, institutioneller Isomorphismus und Normkonsumententum | 27 |
| 1.4 Anlage und Aufbau der Untersuchung | 28 |
| 2. Regieren im Wandel der (I)nternationalen Beziehungen | 32 |
| 2.1 Vom internationalen Regieren zu Global Governance | 32 |
| 2.2 Von Global Governance zum transnationalen Regieren | 37 |
| 2.3 Die gewandelte Rolle von Unternehmen | 44 |
| 2.3.1 Unternehmen als politische Akteure | 45 |
| 2.3.2 Unternehmen als national eingebettete Akteure | 46 |
| 2.4 Staatlichkeit im Wandel: vom hierarchischen zum kooperativen Staat | 51 |
| 2.4.1 Die Globalisierungsthese | 52 |
| 2.4.2 Die Transformationsthese | 53 |
| 2.4.3 Die Begrenztheit von Staatlichkeit | 55 |
| 3. Theoretische Einordnung von Normbefolgung und nationalen Bedingungen | 58 |
| 3.1 Normen und Normbefolgung in den Internationalen Beziehungen | 58 |
| 3.1.1 Bedingungen staatlicher Normbefolgung | 60 |
| 3.1.2 Rationalistische Perspektiven | 63 |
| 3.1.3 Konstruktivistische Perspektiven | 66 |
| 3.1.4 Die Entkoppelungsproblematik | 67 |
| 3.1.5 Quo vadis Compliance? | 69 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 3.2 | Neoinstitutionalismus und Akteure im Kontext institutioneller Umwelten | 70 |
| 3.2.1 | Der Rational-Choice-Neoinstitutionalismus | 71 |
| 3.2.2 | Der soziologische Neoinstitutionalismus | 73 |
| 3.2.3 | Der historische Neoinstitutionalismus | 76 |
| 3.2.4 | Die Grenzen institutionalistischer Ansätze | 78 |
| 4. | Das Forschungsdesign | 80 |
| 4.1. | Die abhängige Variable – freiwillige unternehmerische Normbefolgung | 80 |
| 4.1.1 | Die (entstehende) globale CSR-Norm | 80 |
| 4.1.2 | Unternehmerische Normbefolgung – (handlungs)theoretische Herleitung | 82 |
| 4.1.3 | Was ist unternehmerisches Normkonsumententum? | 84 |
| 4.1.4 | Definition | 86 |
| 4.1.5 | Typen und Arten unternehmerischen Normkonsumententums | 88 |
| 4.1.6 | Nichtkonsumenten, unvollständige und vollständige Normkonsumenten | 92 |
| 4.1.7 | Indikatoren für unternehmerisches Normkonsumententum | 95 |
| 4.1.7.1 | Indikatoren für die Normanerkennung | 95 |
| 4.1.7.2 | Indikatoren für die Normanwendung | 96 |
| 4.2 | Die unabhängigen Variablen – nationale Bedingungen | 97 |
| 4.2.1 | Die Herkunft eines transnationalen Unternehmens | 97 |
| 4.2.2 | Das Herkunftslandkonzept | 100 |
| 4.2.3 | Herkunftsdimensionbezogene Einflussgrößen und Hypothesen | 105 |
| 4.2.3.1 | Die juristisch-legale Dimension | 105 |
| 4.2.3.2 | Die finanziell-marktförmige Dimension | 108 |
| 4.2.3.3 | Die gesellschaftlich-soziale Dimension | 111 |
| 4.2.4 | Die drei Kausalmechanismen | 115 |
| 4.2.4.1 | Zwanghafter Isomorphismus | 116 |
| 4.2.4.2 | Mimetischer Isomorphismus | 117 |
| 4.2.4.3 | Normativer Isomorphismus | 118 |
| 5. | Die Methodik | 120 |
| 5.1 | Die methodische Eingrenzung | 120 |
| 5.1.1 | Die Methodologie qualitativer Forschung | 122 |
| 5.1.2 | Die Annahmen zu den Kausalmechanismen | 124 |
| 5.1.3 | Der strukturiert-fokussierte Vergleich | 125 |
| 5.1.4 | Abschließende Bemerkungen zur abhängigen Variablen | 127 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 5.2 | Der Untersuchungsplan | 128 |
| 5.2.1 | Die Datenerhebung | 128 |
| 5.2.1.1 | Die Erhebungstechnik | 128 |
| 5.2.1.2 | Die Auswahl der Expertenstichprobe | 129 |
| 5.2.1.3 | Die Interviewdurchführung | 129 |
| 5.2.2 | Die Datenaufbereitung – Interviewtranskripte | 130 |
| 5.2.3 | Die Datenauswertung | 130 |
| 5.2.3.1 | Die qualitative Inhaltsanalyse | 130 |
| 5.2.3.2 | Die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse | 131 |
| 5.3 | Die Gütekriterien | 135 |
| 5.3.1 | Das Kriterium der Reliabilität | 136 |
| 5.3.2 | Das Kriterium der Validität | 136 |
| 5.3.3 | Das Kriterium der Objektivität | 138 |
| 6. | Fallstudienkontext | 139 |
| 6.1 | Die Nachhaltigkeitsberichterstattung | 139 |
| 6.1.1 | Exkurs: Was ist und wozu braucht man die Nachhaltigkeitsberichterstattung? | 139 |
| 6.1.2 | Die Kernfunktionen | 141 |
| 6.1.3 | Die externe Berichtsprüfung | 142 |
| 6.1.4 | Das Postulat Corporate Transparency | 144 |
| 6.2 | Die Global Reporting Initiative – Regelungsziele und Entwicklung | 146 |
| 6.2.1 | Die Entwicklung des GRI-Normenbestands | 148 |
| 6.2.2 | Normative und regulative Wirkungen | 152 |
| 6.2.3 | Quantitative Bestandsaufnahme der Berichtsaktivität | 152 |
| 6.2.4 | Fallstudienkontextspezifische Kriterien | 156 |
| 7. | Die Fallauswahl | 160 |
| 7.1 | Die grundlegenden Prinzipien | 160 |
| 7.1.1 | Die Kriterien der Fallauswahl | 160 |
| 7.2 | Das Normkonsumententum deutscher Unternehmen der G500 in der GRI | 161 |
| 7.2.1 | Die Normanerkennung deutscher Unternehmen der G500 | 163 |
| 7.2.1.1 | Der formelle Beitritt – deutsche OS | 163 |
| 7.2.1.2 | Das Bekenntnis nach außen | 163 |
| 7.2.2 | Die Normanwendung deutscher Unternehmen der G500 | 166 |
| 7.2.2.1 | Die dauerhafte Handlungsorientierung | 166 |
| 7.2.2.2 | Die interne Umsetzung im Managementsystem | 168 |
| 7.2.2.3 | Die externe Überprüfung | 169 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 7.3 | Die fünf vollständigen und 21 unvollständigen deutschen Normkonsumenten | 170 |
| 8. | Die Grundzüge des deutschen wirtschaftspolitischen Kontextes | 173 |
| 8.1 | Deutschland als ein Prototyp des rheinischen Kapitalismus? | 174 |
| 8.2 | Die engen Verknüpfungen zwischen Politik- und Wirtschaftsakteuren | 174 |
| 8.3 | Das Prinzip der sozialen Marktwirtschaft | 176 |
| 8.4 | Der deutsche Korporatismus im Wandel | 177 |
| 8.5 | Standortbestimmung der CSR in Deutschland | 180 |
| 9. | Deutschland und die freiwillige unternehmerische Normbefolgung | 184 |
| 9.1 | Einleitender Einschub – die Selbsteinstufung der Provenienz | 184 |
| 9.2 | Die juristisch-legale Herkunftsdimension | 187 |
| 9.2.1 | Legale Institutionen | 187 |
| 9.2.1.1 | Die EU-Modernisierungsrichtlinie als Referenzpunkt | 187 |
| 9.2.1.2 | Die Beachtung nichtfinanzieller Leistungsindikatoren | 188 |
| 9.2.1.3 | Gerichtliche Verfahren | 190 |
| 9.2.1.4 | Der vermutete Kausalmechanismus | 191 |
| 9.2.1.5 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 192 |
| 9.2.2 | Die Bundesregierung und assoziierte Gremien | 195 |
| 9.2.2.1 | Die Empfehlungen des Rats für Nachhaltige Entwicklung | 196 |
| 9.2.2.2 | Die Rolle des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales | 197 |
| 9.2.2.3 | Die Empfehlungen des Nationalen CSR-Forums | 198 |
| 9.2.2.4 | Die Empfehlungen des BMU | 199 |
| 9.2.2.5 | Der vermutete Kausalmechanismus | 199 |
| 9.2.2.6 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 200 |
| 9.3 | Die finanziell-marktförmige Herkunftsdimension | 201 |
| 9.3.1 | Der Markt für nachhaltige Geldanlagen | 202 |
| 9.3.1.1 | Das FNG und die DVFA | 202 |
| 9.3.1.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 205 |
| 9.3.1.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 206 |
| 9.3.2 | Die deutschen Finanzmarkt ratings | 208 |
| 9.3.2.1 | oekom und imug | 208 |
| 9.3.2.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 209 |
| 9.3.2.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 210 |
| 9.3.3 | Die nationalen Wettbewerber | 212 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 9.3.3.1 | Das Forum Nachhaltige Entwicklung der deutschen Wirtschaft | 212 |
| 9.3.3.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 213 |
| 9.3.3.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 214 |
| 9.3.4 | Die deutschen Eigentümer | 216 |
| 9.3.4.1 | Der vermutete Kausalmechanismus | 219 |
| 9.3.4.2 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 219 |
| 9.4 | Die gesellschaftlich-soziale Herkunftsdimension | 220 |
| 9.4.1 | Die deutsche Zivilgesellschaft | 220 |
| 9.4.1.1 | Die große Akteursvielfalt | 220 |
| 9.4.1.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 221 |
| 9.4.1.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 222 |
| 9.4.2 | Deutsche NGOs | 224 |
| 9.4.2.1 | Die deutsche NGO-Szene | 224 |
| 9.4.2.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 228 |
| 9.4.2.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 229 |
| 9.4.3 | Gesellschaftliche deutsche Rankings | 233 |
| 9.4.3.1 | Das IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte | 233 |
| 9.4.3.2 | Der vermutete Kausalmechanismus | 235 |
| 9.4.3.3 | Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung | 235 |
| 9.5 | Drei unerwartet aufgetretene Einflussfaktoren | 238 |
| 9.5.1 | Die allgemeine Anerkennungswürdigkeit der GRI | 238 |
| 9.5.2 | Die Gleichzeitigkeit von Normkonsumententum und Normunternehmertum | 239 |
| 9.5.3 | Der Nutzen als internes Steuerungsinstrument | 240 |
| 10. | Die vergleichende Auswertung | 242 |
| 10.1 | Der schrittweise Fallvergleich | 242 |
| 10.1.1 | Deskription und Kontrastierung der Einflusszuschreibungen | 243 |
| 10.1.1.1 | Die Antwortmuster der vollständigen Normkonsumenten | 243 |
| 10.1.1.2 | Das Antwortverhalten der unvollständigen Normkonsumenten | 246 |
| 10.1.2 | Die inhaltlichen Begründungszusammenhänge und Kausalmechanismen | 249 |
| 10.1.2.1 | Der Konformitätsdruck in der juristisch-legalen Herkunftsdimension | 249 |
| 10.1.2.2 | Der Konformitätsdruck in der marktformig- finanziellen Herkunftsdimension | 252 |
| 10.1.2.3 | Der Konformitätsdruck in der gesellschaftlich- sozialen Herkunftsdimension | 254 |

| | |
|---|---------|
| 10.1.3 Die Typisierung von Bedingungen | 258 |
| 10.1.3.1 Die notwendige Bedingung | 259 |
| 10.1.3.2 Die fördernden Bedingungen | 260 |
| 10.1.3.3 Die hemmenden Bedingungen | 261 |
| 10.2 Der Erklärungswert nationaler Bedingungen | 263 |
| 10.2.1 Theoretische Implikationen | 264 |
| 10.2.1.1 Die freiwillige unternehmerische Normbefolgung als Governance-Beitrag | 265 |
| 10.2.1.2 Die soziale Orientierungsbedürftigkeit – Plädoyer für Kontextualisierung | 266 |
| 10.2.1.3 Die Tauglichkeit des Analyserahmens | 267 |
| 10.2.1.4 Ungleichzeitiger Rollenwandel | 269 |
| 10.2.2 Empirische Implikationen | 273 |
| 10.2.2.1 Die Nichtermöglicherrolle der Bundesregierung – Handlungsbedarf | 273 |
| 10.2.2.2 Die Notwendigkeit externer Prüfung – Vereinheitlichungsbedarf | 275 |
| 10.2.2.3 Die Bildungs- und Ausbildungsaufgabe – Integrations- und Innovationsbedarf | 276 |
| 10.2.3 Ein rückblickender Ausblick – unbeantwortete und neue Forschungsfragen | 278 |
| Literaturverzeichnis | 283 |