
Csr Und Controlling

Unternehmerische Verantwortun

Perspectives on Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility: Der TM ffentlichkeitsauftritt von Unternehmen im Kontext von CSR

Unternehmerische Verantwortung

Controlling - Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen

Management der sozialen Verantwortung in Unternehmen

Corporate Social Responsibility (CSR) im Kerngeschäft. Projektmanagement für nachhaltige Finanzprodukte

Handbuch Corporate Citizenship

Sustainability in Global Value Chains

Behavioral Controlling

Controlling im Krankenhaus

Mit Verantwortung handeln

Corporate Social Responsibility

Die Corporate-Social-Responsibility-Bewegung

Auswirkungen von Corporate Social Responsibility (CSR) auf den Unternehmenswert

Corporate Social Responsibility

Corporate Governance und Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility. Die gesellschaftliche Verantwortung von Coca-Cola Deutschland

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility Reporting

Stakeholder-Management und Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility in kleinen und mittleren Unternehmen

Corporate Social Responsibility. Die Dimensionen unternehmerischer Verantwortung
Was heißt unternehmerische Verantwortung heute?

CSR im Mittelstand

Corporate Social Responsibility - Echte Verantwortung oder Mittel zum Zweck?

Corporate Social Responsibility. Theoretische Ansätze zur sozialen Verantwortung von Unternehmen

Nachhaltigkeit und Controlling

Unternehmen in der Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC)

Normatives Management und strategische Entwicklung

Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility im Rahmen einer erfolgreichen Unternehmensführung

CSR und Kommunikation

CSR und Interne Kommunikation

The Dark Side of CSR: Negative Auswirkungen der Corporate Social Responsibility

Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt

Corporate Social Responsibility in kommunalen Unternehmen
CSR und Controlling
Relevanz und Umsetzung einer Corporate Social Responsibility
Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
CSR und Interkulturelles Management

*Csr Und Controlling
Unternehmerische
Verantwortung*

*Downloaded from
intra.itu.edu by guest*

GRIFFITH PETERSON

Perspectives on Corporate Social
Responsibility GRIN Verlag

Inhaltsangabe: Einleitung: Unternehmen verlieren an Vertrauen: Unternehmensskandale, Korruptionsvorfälle, Umweltkatastrophen und vor allem die globale Finanz- und Wirtschaftskrise haben zu einem sinkenden Vertrauen der Bevölkerung in die Unternehmen geführt. Dieser Vertrauensverlust hat bewirkt, dass Unternehmensentscheidungen und die damit einhergehenden Auswirkungen auf Mensch und Natur verstärkt im Fokus einer kritischen Öffentlichkeit stehen. Es wird nicht mehr nur danach gefragt, wie viel Gewinn und Umsatz ein Unternehmen erwirtschaftet oder was es mit seinen Gewinnen macht, sondern auch danach wie eine Unternehmung ihre Gewinne erzielt. Die Kritik am reinen Shareholder-Value-Gedanken, der die Interessen der Eigenkapitalgeber eines Unternehmens in den Mittelpunkt stellt, wird lauter und nicht-finanzielle Aspekte gewinnen für eine erfolgreiche Unternehmensführung zunehmend an Bedeutung. Die Erwartungen und Ansprüche der Gesellschaft an Unternehmen sind gestiegen: Unternehmen sollen sich auf eine verantwortungsvolle Art und Weise verhalten, sie sollen neben ihrer ökonomischen auch ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung

nachkommen. Um die gesellschaftliche Akzeptanz zu stärken und Vertrauen aufzubauen, müssen sich Unternehmen für gesellschaftliche Themen öffnen und über die traditionellen Stakeholder hinaus weitere Interessengruppen wie die lokale Gemeinschaft oder Nichtregierungsorganisationen in ihre Entscheidungsfindung einbeziehen. Viele Unternehmen haben diese Entwicklungen bereits erkannt und die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung (Corporate Social Responsibility = CSR) ist für sie kein neues Thema. Allerdings darf es den Unternehmen bei ihrem verantwortlichen Handeln nicht lediglich um Green- oder Bluewashing gehen, das heißt oberflächliche CSR-Aktivitäten für reine PR-Zwecke sind der falsche Weg. Zum Erhalt ihrer Reputation und Glaubwürdigkeit sollten Unternehmen die Werte, die sie mit ihren Maßnahmen nach außen kommunizieren, auch tatsächlich leben. Die allgemeine Auseinandersetzung mit dem Thema Ethik in der Wirtschaft hat deutlich zugenommen und es gibt gute Gründe dafür anzunehmen, dass die Bedeutung der Unternehmensethik weiter wachsen wird. Gang der Untersuchung: In der vorliegenden Arbeit wird die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, in der Fachdiskussion unter dem Begriff Corporate Social Responsibility bekannt, in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) untersucht. Es geht um die Frage, wie sich [...]

Corporate Social Responsibility: Der

™ ffentlichkeitsauftritt von Unternehmen im Kontext von CSR Springer Nature Studienarbeit aus dem Jahr 2015 im Fachbereich BWL - Unternehmensethik, Wirtschaftsethik, Note: 2,3, Steinbeis-Hochschule Berlin, Sprache: Deutsch, Abstract: In der vorliegenden Arbeit wird eine Projektidee für nachhaltige Finanzprodukte besprochen. Es werden die einzelnen Schritte des Projektmanagements vorgestellt und abschließend eine Bewertung vorgenommen. Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) kommt aus dem englischen Sprachraum und bedeutet übersetzt: gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Die Europäische Union definiert CSR als ein System, „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in Ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“ Es geht bei CSR also um Institutionen, sowie Unternehmen, die über ihre rechtlichen Pflichten hinaus, freiwillig soziale Verantwortung übernehmen.

Unternehmerische Verantwortung Springer-Verlag

CSR encompasses broad questions about the changing relationship between business, society, and government. An authoritative review of the academic research that has both prompted, and responded to, these issues, the text provides clear thinking and perspectives on CSR and the debates around it.

Controlling – Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen GRIN Verlag

Dieses Buch zeigt wie Vorstand, Geschäftsführung und CSR-Beauftragte die interne CSR-Kommunikation verbessern können. Die eigenen Mitarbeiter tragen entscheidend dazu bei, dass Unternehmensverantwortung

und Nachhaltigkeit in Unternehmen und Organisationen gelebt werden. Konkrete Unternehmensbeispiele und aktuelle Forschungsansätze veranschaulichen wie Führungskräfte und Belegschaft eingebunden, aktiviert und zu CSR-Botschaftern im eigenen Unternehmen gemacht werden können. Eine lohnenswerte Lektüre für CSR-Verantwortliche, Kommunikationsprofis und -berater ebenso wie Forscher, die sich dem inter- und intradisziplinären Thema „Interne CSR-Kommunikation“ widmen.

Management der sozialen Verantwortung in Unternehmen Kohlhammer Verlag

Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich BWL - Rechnungswesen, Bilanzierung, Steuern, Note: 2,0, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig, Sprache: Deutsch, Abstract: Aus dem Leben heraus sind der Wege zwei Dir geöffnet, Zum Ideale führt einer, der and're zum Tod. Friedrich Schiller Ideal ist ein Zustand, der als vollkommen und erstrebenswert erachtet wird. So gesehen könnten die OECD Principles of Corporate Governance und der Deutsche Corporate Governance Kodex als Ideale angesehen werden. Beispielsweise soll der Deutsche Corporate Governance Kodex das „...deutsche Corporate Governance System transparent und nachvollziehbar machen.“ und „...das Vertrauen der internationalen und nationalen Anleger, der Kunden, der Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in die Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Aktiengesellschaften fördern...“1. Kurz gesagt, es soll mit den Kodizes das Vertrauen in die sogenannte Good Corporate Governance, also die gute Unternehmensleitung und -überwachung gesteigert werden. Vor dem Hintergrund vielzitiertes

Unternehmenszusammenbrüche und -schieflagen² und den Forderungen internationaler Kapital- und Gütermärkte nach transparenter Unternehmensleitung und -überwachung hat die Diskussion um Corporate Governance einen neuen Stellenwert gewonnen. Daraus resultieren unter anderem auch verstärkte Anforderungen an die Unternehmensleitung im Umgang mit ihren Anspruchsgruppen bzw. Stakeholdern. Noch immer werden die Vor- und Nachteile einer Ausrichtung am Shareholder Value oder Stakeholder Value kontrovers diskutiert. Dennoch haben bereits zahlreiche Unternehmen erkannt, dass ihnen auch eine bedeutende gesellschaftliche Verantwortung zukommt. Eine Vielzahl von ihnen bekennt und engagiert sich bereits im Sinne der Corporate Social Responsibility (CSR). Auch dies ist Zeichen für eine Abkehr von einer primären und ausschließlichen Ausrichtung am Shareholder Value. Diese Arbeit soll aufzeigen, welche Anforderungen sich für die Unternehmen aus einer nachhaltigen Unternehmensführung ergeben, wie diese umzusetzen sind und welche Vorteile sich aus diesem umfassenden Ansatz ergeben. 1 Deutscher Corporate Governance Kodex, Präambel 2 vgl. Schewe (Unternehmensverfassung) S. 204; Macharzina u. Oesterle (Handbuch) S. 1054

Corporate Social Responsibility (CSR) im Kerngeschäft. Projektmanagement für nachhaltige Finanzprodukte Diplomica Verlag

Viele Unternehmen sind sich ihrer sozialen Verantwortung bewusst und integrieren sie ins Controlling. Auch Investmentfonds spezialisieren sich auf nachhaltige Unternehmen aufgrund deren außerordentlicher Performance.

Die gewissenhafte Planung nachhaltiger, zum Unternehmen passender Maßnahmen ist von großer Bedeutung. Handbuch Corporate Citizenship diplom.de

Studienarbeit aus dem Jahr 2017 im Fachbereich BWL - Unternehmensethik, Wirtschaftsethik, Note: 1,7, FOM Essen, Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Hochschulleitung Essen früher Fachhochschule, Veranstaltung: Investment and Investor Relations, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Diskussionen um die unternehmerische Verantwortung in Hinblick auf soziale, ethische, ökonomische und ökologische Auswirkungen von Unternehmung werden seit Jahrzehnten nachhaltig verfolgt. Im Fokus der sogenannten Corporate Social Responsibility (CSR) liegen aktuell beispielsweise Themen der Energiewende und der Integration von Flüchtlingen. Durch die zunehmende Medienpräsenz ist die Gesellschaft in der Lage, unternehmerische Vorgehensweisen und Ansichten zu verfolgen. Anzunehmen ist, dass das Engagement eines Unternehmens Auswirkungen auf die Reaktionen von Stake- und Shareholder hat und somit der Unternehmenswert beeinflusst wird. In dieser Arbeit wird somit die Fragestellung untersucht, ob und inwiefern sich die Verantwortung und die daraus resultierenden Maßnahmen eines Unternehmens auf deren Wert auswirken. Ziel der Ausarbeitung ist es, den Zusammenhang zwischen Corporate Social Responsibility mit Blick auf Umweltschutzmaßnahmen und dem Unternehmenswert herauszustellen und zu bewerten, ob und inwiefern Unternehmen von der Investition in Corporate Social Responsibility profitieren können.

Sustainability in Global Value Chains
GRIN Verlag

Dieser Band beleuchtet die interkulturellen Herausforderungen, die bei der Umsetzung von CSR-Strategien auftreten können. In den letzten Jahren ist eine nachhaltige Implementation von CSR immer mehr in den Fokus global agierender Unternehmen gerückt. Dabei konnten jedoch oftmals nur bestimmte CSR-Aspekte in einzelnen Funktionsbereichen der Unternehmen verankert werden, da viele verschiedene Hierarchieebenen und Abteilungen entlang der Value Chain in einen derartigen Entscheidungsprozess involviert sind. Ein weiteres Hindernis auf dem Weg zu einer ganzheitlichen CSR-Strategie auf allen Unternehmensebenen besteht in der Kulturabhängigkeit von Corporate Social Responsibility, die sich in uneinheitlichen Definitionen und unterschiedliche Umsetzungsaktivitäten zeigt. Die sich daraus ergebenden Frage- und Problemstellungen werden in diesem Buch anhand von Fallbeispielen verschiedener Ländern illustriert, die unternehmerische Verantwortung und Compliance sehr unterschiedlich umgesetzt haben. Gemein ist ihnen dabei jedoch die Schwerpunktsetzung auf Themen wie die internationale Wertevermittlung und die CSR-Verankerung im Personalmanagement. Daneben stehen auch Corporate Volunteering-Programme, das Flüchtlingsengagement sowie eine nachhaltige interkulturelle Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette häufig im Vordergrund der Tätigkeiten vieler Unternehmen. Ob als Führungskraft in der Wirtschaft oder Berater aus der Forschung, in diesem Buch finden Sie zahlreiche Konzepte und Instrumente zur

Einbindung interkultureller Aspekte in die CSR-Strategie eines Unternehmens. Werden Sie jetzt aktiv und nutzen Sie die Erkenntnisse aus den vorgestellten Best Cases, um den Shareholder Value Ihres Unternehmens zu erhöhen.

Behavioral Controlling Springer-Verlag
Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Unternehmensführung, Management, Organisation, Universität Rostock (Zentrum für Qualitätssicherung in Studium und Weiterbildung), Veranstaltung: „Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC) - Unternehmen in der Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft“, Sprache: Deutsch, Abstract: Unternehmerische Verantwortung, zumeist unter dem Schlagwort Corporate Social Responsibility (CSR) zusammengefasst, sowie bürgerschaftliches Engagement, im Englischen Corporate Citizenship (CC), sind unternehmerische Initiativen, um jegliche Wirtschaftsbeziehungen sowie das soziale Umfeld der Unternehmung zu gestalten. Immer mehr Firmen erkennen, dass eine Änderung ihres Kerngeschäfts hin zu mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit der Erhaltung und des Ausbaus des langfristigen sozialen und natürlichen Kapitals dient, was wiederum die Basis für langfristiges Wirtschaften und gesellschaftlicher Akzeptanz schafft (licence to operate).Damit zeigt sich eine zunehmende Verflechtung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Themen in unternehmerischen Entscheidungsprozessen. In Deutschland haben sich Wirtschaft und Politik erst spät mit der Thematik um CSR und CC auseinandergesetzt. Nachhaltigkeitsberichte werden mittlerweile von vielen

Großunternehmen verfasst. Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sehen jedoch oftmals keine Notwendigkeit, sich intensiv mit der Thematik unternehmerischer Verantwortung auseinanderzusetzen. Das im Folgenden erläuterte Unternehmen Versandhaus Fröhlich aus der süddeutschen Kleinstadt Bad Friedlich hat sich jedoch entschlossen, aufgrund seiner sensiblen Käuferschicht in mehreren Ländern Europas, der Knappheit an Fachkräften im Inland sowie seiner globalen Lieferketten, sich dem Thema „gesellschaftliche Verantwortung“ stärker zu widmen. Im Folgenden wird dieser Implementierungsprozess einer Nachhaltigkeits-Strategie unter Berücksichtigung des begleitenden Change Managements analysiert.

Controlling im Krankenhaus Springer-Verlag

Das Grundlagenwerk analysiert erstmals die Vielzahl der unter dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) gefassten normativen Prozesse und unterzieht diese zugleich einer kritischen Prüfung. Nationales, supranationales und Völkerrecht sowie transnationale privatrechtliche Instrumente - ergänzt und überlagert durch Soft Law und informelles Steuern privater und öffentlicher Akteure - sind der "smart mix", aus dem ein globaler Ordnungsrahmen für unternehmerisches Wirtschaften entstehen soll. Die Autorin stellt diese Prozesse in den Kontext prinzipieller Betrachtungen, insbesondere zum Unternehmensbegriff, zu Begründung und Reichweite unternehmerischer Verantwortung und zu Public-Private Governance. Dabei wird deutlich, dass die Informalisierung der Normbildung und ihre Verlagerung auf Exekutiven und private Akteure

grundsätzliche Fragen nationaler Souveränität, demokratischer Legitimation und Rechtsstaatlichkeit aufwerfen. Der Band richtet sich an Rechts-, Politik- und Sozialwissenschaftler sowie an Entscheidungsträger und Berater aus Wirtschaft, Politik, Anwaltschaft und Zivilgesellschaft.

Mit Verantwortung handeln Springer Gabler

Sustainability can create greater efficiency and cost savings in the supply chain. Supply chains, which are more complex and global than ever before, are full of both risks and opportunities. The risks range from inconsistent or poor quality, supply disruptions and health and safety concerns, to corruption. Businesses face pressure to adopt sustainable supply chain practices from various stakeholders and motivations typically come from one or more of four sources: customers, compliance, costs, competitive advantage. Sustainability in Global Value Chains is the guide to understanding all aspects and approaches of sustainable supply chains using in-depth research from leading academics from sixteen different universities. Sustainability in Global Value Chains focuses on how to make supply chains sustainable, with an emphasis on new technologies and digitization. The research featured covers topics such as KPIs in production and supply chains, the role of standards, blockchain technology and algebraic models. This comprehensive book presents real world issues, problems in implementing sustainability in the supply chain and examples of best practice.

Corporate Social Responsibility diplom.de

Stärker als je zuvor ist die Öffentlichkeit daran interessiert zu erfahren, wie

führende Unternehmen in Deutschland mit der Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung umgehen. Das Buch beschreibt die Entwicklung des CSR-Gedankens von seinen Anfängen bis zur Gegenwart und gibt einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen. Im Hauptteil wird auf 7 wesentliche CSR-Kernthemen eingegangen. (Best-) Praxisbeispiele aus den Unternehmen illustrieren anschaulich jeweilige Lösungsansätze und Erfolgskonzepte.

Die Corporate-Social-Responsibility-Bewegung Springer-Verlag

Unternehmen werden immer mehr mit sozialen Themen wie Gesundheit, Armut oder Menschenrechte konfrontiert: direkt bei den eigenen Mitarbeitern oder indirekt über die Beziehungen zu Kunden, Partnern, Lieferanten. Diese erwarten zunehmend, dass Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen. "Corporate Social Responsibility" entwickelt sich damit zu einem Wettbewerbsfaktor, der entscheidend die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens beeinflusst. Dieses Buch zeigt mit Schwerpunkt auf soziale Themen, wie Unternehmen die Beziehungen zu den Anspruchsgruppen gestalten und dabei den Umgang mit deren Erwartungen effizient und effektiv in einen Managementsystemansatz integrieren können. Konkrete Instrumente helfen, bestehende Potenziale systematisch zu erfassen und nutzbar zu machen.

Auswirkungen von Corporate Social Responsibility (CSR) auf den Unternehmenswert GRIN Verlag

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich BWL - Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,7, FOM Hochschule für Oekonomie & Management

gemeinnützige GmbH, Dortmund früher Fachhochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Begriffe Nachhaltigkeit, Nachhaltige Entwicklung und Corporate Social Responsibility (CSR) sind durch Diskussionen über Klimawandel, Ressourcenverknappung und demografischer Wandel allgegenwärtig. Eine Nachhaltige Entwicklung stellt ein Leitbild dar, welches für eine nachhaltige, zukunftsfähige Entwicklung der Menschheit plädiert. Die Gesellschaft mit ihren verschiedenen Akteuren verlangt von Unternehmen immer mehr ein verstärktes Handeln in Richtung ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit. Der Druck von extern steigt, unternehmerische Verantwortung - Corporate Social Responsibility (CSR) - ist zu einem bedeutsamen Thema in der Unternehmensführung geworden mit der Vision eines wirtschaftlich tragfähigen Unternehmens, welches soziale Verantwortung übernimmt und die Schonung von Umweltressourcen in sein Handeln integriert. Auf der anderen Seite stehen die Unternehmen, welche sich mit dem Thema auseinander setzen müssen. Bereits ein Großteil der Unternehmen ist aktiv und unternimmt Aktivitäten in diesem Bereich. Allerdings oft noch partiell und ohne vorhandenes System, sodass der Nutzen der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung nicht oder nur wenig sichtbar ist. Es passieren einzelne Maßnahmen, aber das Konzept CSR ist nicht in die Unternehmensführung integriert. Doch damit das Konzept CSR auch Erfolgsfaktor für ein Unternehmen ist, muss es in die Unternehmensführung integriert werden, wodurch beide Seiten, das Unternehmen und seine Umwelt, Vorteile aus dem Konzept ziehen. *Corporate Social Responsibility Oxford Handbooks*

Diplomarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,0, Institut für Marketing Kommunikation GmbH Wiesbaden, Sprache: Deutsch, Abstract: Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, anhand der Literatur, CSR zu betrachten und mithilfe des Beispiels von Coca-Cola Deutschland, eine Einschätzung über die aktuelle Entwicklung gesellschaftlicher Verantwortung zu geben. In Kapitel 2, Gesellschaftliche Verantwortung als unternehmerischer Auftrag, wird ein Verständnis über die Begriffe "Unternehmen" und "Verantwortung" erarbeitet. Darauf folgend werden verschiedene Indikatoren aufgezeigt, die zum Trend der gesellschaftlichen Verantwortung führen. In Kapitel 3 werden theoretische Grundlagen der CSR ergründet. Der Praxisteil beschäftigt sich mit dem gesellschaftlichen Engagement von Coca-Cola Deutschland (Kapitel 4). Die Auseinandersetzung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen wurde in den letzten Jahren verstärkt in die Öffentlichkeit getragen. Medien, Wissenschaft, Politik sowie Führungsetagen diskutieren, in welchem Umfang Unternehmen für ihr Handeln verantwortlich sind bzw. gemacht werden können. Vor dem Hintergrund sich verändernder Umwelt-, Wirtschafts- und Gesellschaftsbedingungen hat sich eine Begriffsvielfalt zu diesem Thema entwickelt. Begriffe wie Nachhaltigkeit, Corporate Sustainability oder Corporate Citizenship haben an Popularität gewonnen. Dennoch hat sich ein Begriff als Synonym für unternehmerische Verantwortung etabliert: Corporate Social Responsibility (CSR). Unternehmen sind Bestandteil unserer heutigen Gesellschaft. Aufgrund der

Globalisierung rücken neben ökonomischen, technologischen und politischen Zielen, auch ökologische, kulturelle und soziale Aspekte immer mehr in den Fokus der Unternehmensführung. Handelt es sich hierbei um eine Tenderscheinung oder um einen unabdingbaren Teil einer modernen Marktwirtschaft? Wird CSR als Instrument für ethisches Handeln von Unternehmen genutzt oder d"

Corporate Governance und Corporate Social Responsibility

diplom.de

Unternehmen des Mittelstandes sind eine tragende Säule des wirtschaftlichen Erfolgs, der Arbeitsplatzstabilität und Identität der Gesellschaft. Viele Unternehmen des Mittelstands sind globale Marktführer, übernehmen essentielle soziale Funktionen in der Gesellschaft und sind wichtige Innovationsträger. Trotz dieser Vorreiterrolle stehen Mittelständler auch vor großen Herausforderungen, z.B. der Unternehmensnachfolge, Rekrutierung von qualifiziertem Personal sowie dem Einsatz digitaler Technologien. Hierbei stellt sich die Frage, wie Unternehmen die Trends der Globalisierung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung bündeln können, um so im internationalen Wettbewerb weiterhin führend zu bleiben.

Corporate Social Responsibility. Die gesellschaftliche Verantwortung von Coca-Cola Deutschland CSR und Controlling

„Terra. Für ein sauberes Heute und Morgen.“ So lautet der Slogan für die neuen nachhaltigen Reinigungs- und Waschmittelprodukte von Henkel. Doch warum wird ein ähnlicher Claim in die Marketingstrategie führender Unternehmen eingebunden? Dies stellt nur ein Beispiel für das Streben

zahlreicher Unternehmen nach sozialer Verantwortung oder „Corporate Social Responsibility“ dar. Das Konzept der CSR, welches die Produktion umweltverträglicher Produkte, die Unterstützung gemeinnützlicher Zwecke, der Umwelt, der eigenen Mitarbeiter und großzügige Spenden verinnerlicht, hat während der letzten zwanzig Jahre nicht nur in der Praxis, sondern auch in der Forschung, erheblich an Bedeutung gewonnen. Viele Unternehmen erkennen heutzutage diesen Trend und binden soziale Verantwortung in ihr Unternehmensimage pro-aktiv ein oder setzen CSR strategisch zur Verbesserung ihres Images ein. CSR ist heutzutage für Unternehmen unabdingbar, um am Markt erfolgreich zu bleiben. Es wird jedoch nicht nur betrieben, um uneigennützig Gutes zu tun, sondern auch um das Unternehmen in den Augen diverser Stakeholder gut aussehen zu lassen und schließlich positive finanzielle Ergebnisse zu erzielen. Doch CSR führt trotz einer Erwartung dessen nicht automatisch zu Vorteilen für Unternehmen, die darin investieren. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es daher, Klarheit darüber zu schaffen, unter welchen Umständen aus den guten Vorsätzen von Unternehmen beim Engagement in CSR-Aktivitäten negative Konsequenzen entstehen können. Diese Thematik wurde bisher in der Forschung wenig berücksichtigt.

Corporate Social Responsibility

Springer Science & Business Media
 Jürgen Weber is known for his behavioral perspective on controlling and has made a lasting impact in German speaking countries during the past three decades. This anniversary volume compiles some of his outstanding publications from that period and presents them for the first time in English. In addition, it contains a

current publication index of Jürgen Weber's entire body of work.
Corporate Social Responsibility Reporting Edward Elgar Publishing
 Studienarbeit aus dem Jahr 2019 im Fachbereich BWL - Unternehmensethik, Wirtschaftsethik, Note: 1,7, AKAD University, ehem. AKAD Fachhochschule Stuttgart, Sprache: Deutsch, Abstract: Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist in den letzten Jahren immer mehr Anlass zur öffentlichen Diskussion geworden. Durch die Medien erfährt man von Korruption, Steuerhinterziehung, Mitarbeiterausbeutung, Verletzung von Verbraucher- und Persönlichkeitsrechten, sowie von gewissenlosem Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Damit all dies vermieden werden kann und die Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette verantwortlich handeln, gibt es seit einigen Jahren das Prinzip der Corporate Social Responsibility (=CRS), im Deutschen auch Unternehmensverantwortung genannt. CSR soll durch nachhaltiges Wirtschaften zur Lösung der gegenwärtigen gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen verbessern. In der heutigen Zeit ist es nicht mehr ausreichend, dass Unternehmen ab und zu ein Charityprojekt unterstützen. Vielmehr erwarten die Verbraucher, dass sie die Produkte oder Leistungen des Unternehmens mit gutem Gewissen in Anspruch nehmen können. Dafür ist es erforderlich, dass die Unternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und ethisch korrekt vorgehen. Andernfalls besteht die Gefahr, dass die Akzeptanz der Gesellschaft gegenüber dem

Unternehmen verloren geht und die Verbraucher sich für die Kooperation mit einem anderen Unternehmen entscheiden. Es gibt viele Möglichkeiten für Unternehmen, sich verantwortungsbewusst und nachhaltig gegenüber unserer Gesellschaft zu zeigen. Neben der CSR gibt es beispielsweise das Cause-Related Marketing, welches dem Unternehmen öffentlichen Zuspruch beschern kann, sofern es nicht nur als Vorwand für eine „weiße Weste“ genutzt wird. Daraus entwickelt sich die Problematik, mit der sich diese Arbeit befassen wird. Welche Relevanz hat die erfolgreiche Umsetzung der Corporate Social Responsibility heutzutage für ein Unternehmen und durch welche Aktivitäten kann die CSR umgesetzt werden? Welche Rolle spielt Cause-Related Marketing und wie ist es zu bewerten?

Stakeholder-Management und Corporate Social Responsibility (CSR)

GRIN Verlag

Akademische Arbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL -

Unternehmensführung, Management, Organisation, Note: 1,0, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, Sprache: Deutsch, Abstract: In dieser Arbeit werden die CSR-Definitionen von Carroll, dem WBCSD und dem Grünbuch der Europäischen Kommission vorgestellt. Eine einheitliche Begriffsklärung ist

derzeit nicht verfügbar. Es gibt verschiedene Ansätze, die versuchen, ein umfassendes Bild von CSR zu liefern. Der klassische Ansatz von Friedman sieht in der Profitmaximierung die einzige Verantwortung des Unternehmens, während die moderne Sichtweise Carrolls auch eine ethische und freiwillige Verantwortung einschließt. Bei den Alternativen handelt es sich um Abwandlungen des klassischen und modernen Modells. Es gibt keinen All-In-One-Ansatz. Geschichtlich hat CSR seinen Ursprung in den USA infolge von Initiativen der frühen Industrialisten. Der zunehmende Druck von Seiten der Öffentlichkeit, ausgelöst durch Umweltverschmutzung und soziale Missstände, bewegte die Unternehmen in den 70er Jahren vermehrt dazu, sozial verantwortungsvoll zu handeln. Heutzutage ergreift vor allem die Europäische Union auf europäischer Ebene zahlreiche Maßnahmen zur Förderung von CSR. In Österreich unternimmt die Bundesregierung gemeinsam mit den Sozialpartnern und anderen unparteiischen Organisationen im Bereich von CSR vielfältige Anstrengungen. Die Palette der Projekte ist groß und reicht von Gütesiegeln über Informationen im Internet bis hin zur Förderung älterer ArbeitnehmerInnen und Frauen.

Best Sellers - Books :

- [American Prometheus: The Triumph And Tragedy Of J. Robert Oppenheimer](#)
- [Bluey And Bingo's Fancy Restaurant Cookbook: Yummy Recipes, For Real Life](#)
- [Heart Bones: A Novel By Colleen Hoover](#)
- [Stop Overthinking: 23 Techniques To Relieve Stress, Stop Negative Spirals, Declutter Your Mind, And Focus On The Present \(the](#)
- [Why A Daughter Needs A Dad: Celebrate Your Father Daughter Bond This Father's Day With This Special Picture Book! \(always In My Heart\) By Gregory E. Lang](#)
- [The Housemaid By Freida Mcfadden](#)
- [World Of Eric Carle, Around The Farm 30-button Animal Sound Book - Great For](#)

First Words - Pi Kids

- Tomorrow, And Tomorrow, And Tomorrow: A Novel By Gabrielle Zevin
- Atomic Habits: An Easy & Proven Way To Build Good Habits & Break Bad Ones By James Clear
- Guess How Much I Love You By Sam Mcbratney