

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Hinführung und Lesehilfe	XV
Teil 1: Ausgangspunkte – Die Bürgergesellschaft als Ordnung der Freiheit	1
1.1 Wohlstand und Armut der Nationen	1
1.2 Die Globalisierung als Motor von Arbeitsteilung und Professionalisierung	3
1.3 Die Frage: Warum Bürgerengagement in einer hochspezialisierten Gesellschaft?	8
1.4 Das Wachstum des Leviathan im 20. Jahrhundert	10
1.5 Globalisierung und Bildungsrevolution – der Leviathan wird zum Dinosaurier	15
Das Biotop des Leviathan	15
Veränderungen: Die Bildungsrevolution	16
Veränderungen: Komplexere Probleme und verlagerte Problemlösungskompetenz	17
Veränderungen: Globalisierung der Handlungskontexte	18
Veränderungen: Dominanz der Mittelschicht	19
1.6 Die Funktion des Staates in der Gesellschaft: geordnete Freiheit	20
Soziale Ordnung als Stabilisierung wechselseitiger Verhaltenserwartungen	20
Soziale Ordnung und die Wahrung gesellschaftlicher Entwicklungsfähigkeit	22
1.7 Netzwerke engagierter Bürger als Soziales Kapital	24
Die Herkunft des Begriffs aus der Bildungspolitik	24
Soziales Kapital als Standortfaktor bei Robert Putnam	26
Soziales Kapital und die Überwindung von Kooperationsproblemen	28
1.8 Vor- und Nachteile dezentraler Ordnungsmuster gegenüber staatlichem Recht	32

1.9	Fazit: Bürgerschaftliches Engagement und Soziales Kapital als Ordnungsfaktoren des modernen Gemeinwesens	37
Teil 2:	Das Unternehmen in der Bürgergesellschaft: Freiheit und Verantwortung	41
2.1	Neuere Zugänge zu einer traditionellen Thematik	41
	Impulse aus den USA	42
	Neuansätze in Europa	46
2.2	Corporate Citizenship: Abgrenzungen und Definition	50
	Vielfalt der Begrifflichkeit	50
	Corporate Citizenship – ein neuer Begriff für die Öffentlichkeitsarbeit?	51
	Corporate Citizenship als ‚Philanthropie‘	53
	Corporate Citizenship, Zertifizierung und Reporting- bzw. Auditingssysteme	56
	Unternehmerisches Bürgerengagement – eine Definition	58
2.3	Potenziale des Corporate Citizenship für die Unternehmen	60
	Spielzüge und Spielregeln – unmittelbare und ‚konstitutionelle‘ Interessen	60
	Exkurs: Investitionen in Soziales Kapital als Dimension ausländischer Direktinvestitionen (Foreign Direct Investment)	62
	Corporate Citizenship in der Personalarbeit	66
	Reputation durch unternehmerisches Bürgerengagement	71
	Beziehungsmanagement durch bürgerschaftliches Engagement	72
	Zur Informationsfunktion von Corporate-Citizenship-Aktivitäten	74
	Zur Versicherungsfunktion unternehmerischen Bürgerengagements	75
	Corporate Citizenship und die Gestaltung von Veränderungsprozessen (Change Management)	77
2.4	Dynamik unternehmerischen Bürgerengagements – Die CC-Strategie	80
Teil 3:	Corporate Citizenship in Deutschland – Praxisprojekte aus Unternehmen aller Größenordnungen	85
3.1	‚Freiheit und Verantwortung‘ – Eine Initiative zur Förderung unternehmerischen Bürgerengagements	85
	Die Struktur des Wettbewerbs	85
	Größe der teilnehmenden Unternehmen	86

Zur geographischen Verteilung der Teilnehmer	88
Die Branchenverteilung der Teilnehmer	88
Die Zielsetzungen der Projekte	90
3.2 Kriterien eines gelingenden Corporate-Citizenship-Projekts	92
Das Kriterium der Zusammenarbeit	93
Das Kriterium der Dauerhaftigkeit	94
Das Kriterium der Wirkung	94
Das Kriterium der Kompetenz	95
3.3 Handlungsfelder unternehmerischen Bürgerengagements in der Praxis	97
Anbahnung unternehmerischen Bürgerengagements:	
Das Sponsoring	97
Verbesserung der Lebens- und Lernbedingungen für Kinder und Jugend	98
Schule und Bildung	104
Beschäftigung und Soziales	110
Kultur	119
Gesundheit	123
Betriebliche Freiwilligenarbeit	126
3.4 Auswertung der Projekte nach operativen Größen	134
Projektlaufzeiten	134
Kooperationspartner	135
Beteiligte Abteilungen	136
Beteiligte Mitarbeiter	137
Projektkosten	138
Teil 4: Unternehmerisches Bürgerengagement – gesellschaftliche Rahmenbedingungen	141
4.1 Die Schaffung von Rahmenbedingungen in der Bürgergesellschaft	141
Die Schaffung von Rahmenbedingungen:	
Eine staatliche Aufgabe?	141
Sponsoring und betriebliche Freiwilligenprogramme	143
Bereichsübergreifende Netzwerke als ‚Gelegenheitsstrukturen‘:	
Die ‚Initiative für Beschäftigung!‘	145
Corporate Citizenship: Zusammenarbeit und Wettbewerb zwischen Unternehmen	146

Nichtregierungsorganisationen als Rahmenbedingungen für unternehmerisches Bürgerengagement	150
4.2 Rahmenbedingungen auf kommunaler und regionaler Ebene	154
Der Aufbau bereichsübergreifender Kooperationsnetzwerke	154
Unternehmerisches Bürgerengagement in der Region: Der kommunale Familien-Tisch	156
4.3 Rahmenbedingungen auf nationaler Ebene: Die Enquete-Kommission ‚Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements‘ des deutschen Bundestages	159
4.4 Rahmenbedingungen für unternehmerisches Bürgerengagement auf Europäischer Ebene – eine Mitteilung der Europäischen Kommission	163
Soziale Verantwortung der Unternehmen	163
Die Vorteile für die Unternehmen	165
Die Rolle der europäischen Politik	167
4.5 Ordnungspolitische Mitverantwortung im internationalen Kontext: Der ‚Global Compact‘	172
Die Gründung und Struktur des Global Compact	172
Die Aufnahme des Global Compact in der internationalen Öffentlichkeit	178
Laufende Aktivitäten des Global Compact	180
Teil 5: Unternehmerisches Bürgerengagement und globale Ordnungsstrukturen im 21. Jahrhundert	183
5.1 Unternehmerisches Bürgerengagement als Instrument der Global Governance	183
5.2 Kritik an der Ordnungsfunktion unternehmerischen Bürgerengagements	186
5.3 Entwicklungsmöglichkeiten des Global Compact	187
5.4 Die Ordnungsprobleme des 21. Jahrhunderts	191
5.5 Aufbau von Kooperationsnetzen als Teil ausländischer Direktinvestitionen	193
5.6 Zur Legitimität unternehmerischen Bürgerengagements	196

Anhang	203
I. Corporate Citizenship – Zukunftsperspektiven in Forschung und Lehre	203
Schwerpunkte und Entwicklungsperspektiven der internationalen Forschungsarbeiten zu Corporate Citizenship	203
Corporate Citizenship als Querschnittsthema in der Ausbildung von Fach- und Führungskräften	205
II. Die Initiative ‚Freiheit und Verantwortung‘ – weitere Bewerbungen	207
III. Das Center for Corporate Citizenship – Arbeitsbereich Unternehmen und Gesellschaft e.V.	209
Personen	209
Forschungsprojekte	210
Interdisziplinäre Lehrveranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit	211
Kooperation mit internationalen Forschungseinrichtungen	212
Literaturverzeichnis	213
Stichwortverzeichnis	241



<http://www.springer.com/978-3-540-44335-3>

Corporate Citizenship

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in
Deutschland

Habisch, A.

2003, XVII, 247 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-44335-3