

Inhaltsverzeichnis

Teil I Vorwort und Einführung

Vorwort und Einführung in die Thematik	3
Reto M. Hilty und Frauke Henning-Bodewig	

Teil II Keynote

Keynote	9
Gesine Schwan	

Teil III CSR aus gesellschaftspolitischer Perspektive, aus Unternehmer- und Verbrauchersicht

A Socio-Political Perspective on Corporate Social Responsibility: Understanding Regulatory Substitution and the Persistence of Irresponsibility	19
Gregory Jackson	

Moral in der Marktwirtschaft: Hat der „ehrbare Kaufmann“ ausgedient?	33
Christoph Lütge	

Corporate Social Responsibility und die Konsumenten	41
Ingo Schoenheit	

Teil IV Rahmenbedingungen der rechtlichen Beurteilung von CSR

Corporate Social Responsibility-Standards: Rechtstheoretische Aspekte und die Frage, was den „Markenkern“ der Rechtswissenschaft ausmacht	51
Rupprecht Podszun	

Implementing and Enforcing Corporate Social Responsibility: The Potential of Unfair Competition Rules in International Law	81
Thomas Cottier and Gabriela Wermelinger	
Europäisches und deutsches Verfassungsrecht: Erfassung von geschäftlicher Werbung („commercial speech“)	99
Rudolf Streinz	
Corporate Social Responsibility und die Vorgaben des Unionsrechts	127
Jochen Glöckner	
Corporate Social Responsibility und Kartellrecht	147
Thomas Ackermann	
Teil V CSR und das deutsche Lauterkeitsrecht	
Mitteilungen über Corporate Social Responsibility – eine geschäftliche Handlung?	161
Helmut Köhler	
Irreführung über CSR – Informationspflichten über CSR?	169
Axel Birk	
Corporate Social Responsibility und das Irreführungsverbot nach den §§ 5, 5a UWG	187
Axel von Walter	
Corporate Social Responsibility: unmittelbare Beurteilung auf der Grundlage der lauterkeitsrechtlichen Generalklausel?	197
Ansgar Ohly und Diana Liebenau	
Teil VI CSR aus der Sicht anderer Rechtsordnungen	
Corporate Social Responsibility und Lauterkeitsrecht aus asiatischer Sicht	213
Yuanshi Bu und Berit Roth	
Corporate Social Responsibility-Standards and the Belgian and French Perspective	225
Jules Stuyck	
Die Rechtsrelevanz der Sittlichkeit der Wirtschaft- am Beispiel der Corporate Social Responsibility im US-Recht	233
Alexander Peukert	

Teil VII Zukunftsperspektiven

Corporate Social Responsibility und das Lauterkeitsrecht: Braucht es ein „Europäisches Unternehmerleitbild“?	261
Franz Jürgen Säger	
Die Berücksichtigung von Corporate Social Responsibility bei der Urteilsfindung – Sind ethische Aspekte justiziabel?	271
Irmgard Griss	
Tagungsprogramm	279

Corporate Social Responsibility
Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?
Hilty, R.M.; Henning-Bodewig, F. (Hrsg.)
2014, XI, 280 S. 3 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-642-54004-2