

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	XIII
1. Einleitung.....	1
2. Theoretische Grundlagen	7
2.1 Zur Reaktionen von Organisationen auf institutionalisierte Erwartungen	7
2.1.1 Isomorphismus	13
2.1.2 Entkopplung.....	16
2.1.3 Translation	21
2.1.4 Schlussfolgerungen und konzeptionelles Verhältnis der drei Modelle	30
2.2 Einflussfaktoren von Isomorphismus, Translation und Entkopplung	34
2.2.1 Kontext der Implementierung, intern und extern	35
2.2.2 Charakteristika des zu implementierenden Konzeptes	37
2.2.3 Affinität vom Konzept zum Kontext.....	39
3. Corporate Social Responsibility.....	43
3.1 Einleitung.....	43
3.2 Konzeptionalisierung	45
3.3 CSR in Deutschland.....	55
3.3.1 Explizites und implizites CSR	55
3.3.2 Vom impliziten zum expliziten CSR	56
3.3.3 Komparative empirische Forschung zu CSR in Deutschland	58
4. Zielsetzung	61
4.1 Die Frage nach den „Guts of Institutions“	61
4.2 Die Interpretation von CSR.....	61
4.3 Konzeptbau und Implementierung	63
4.4 Zum Umgang mit Konflikten und dem Ergebnis von Implementierungsprozessen	65
5. Methodische Konzeption	69
5.1 Einleitung.....	69
5.2 Methodische Herausforderungen der Studie	69
5.3 Fallstudiendesign und Prozesscharakter	71
5.3.1 Fallstudie.....	71

5.3.2	Prozessstudiendesign	72
5.4	Grounded Theory	73
5.5	Konzeption der Prozessstudie	74
5.5.1	Stichprobe	74
5.5.2	Datenerhebung	79
5.6	Datenanalyse	86
5.6.1	Vorgehen	86
5.6.2	Computerunterstützung	90
5.6.3	Kriterien zur Bewertung von qualitativen Studien und Ihre Anwendung auf diese Studie	93
5.7	Zur Fallbeschreibung	94
6.	Zum Prozess der Implementierung von CSR	97
6.1	Die Bedeutung von CSR	97
6.2	Die Kommunikation (der Übernahme) von CSR	101
6.3	Die Rationalisierung von CSR und Motive der Implementierung	104
6.4	Entwicklung und Implementierung der unternehmensspezifischen CSR-Strategie	115
6.4.1	Vorbemerkungen	115
6.4.2	Konzeptbau Unternehmen U1	115
6.4.3	Konzeptbau Unternehmen U2	118
6.4.4	Konzeptbau Unternehmen U3	122
6.4.5	Konzeptbau Unternehmen U4	124
6.4.6	Schlussfolgerungen zum Konzeptbau	126
6.5	Zum Ergebnis der CSR-Implementierung	130
6.6	Der organisatorische Umgang mit Widerständen und Konflikten	136
6.6.1	Zur Relevanz von Konflikten	136
6.6.2	Widerstände und Kritik bei der Einführung des spezifischen CSR-Konzeptes	138
6.6.3	CSR zwischen Marketing, Greenwashing und Philanthropie	141
6.6.4	Die Frage nach dem Effekt und den Kosten von CSR	145
7.	Schlussfolgerung und Diskussion	161
7.1	Vorüberlegungen und Reflexion zu den Zielen und Ergebnissen dieser Arbeit	161
7.2	Zur Interpretation und Diskussion von Ambivalenztoleranz durch die Etablierung einer unternehmensverbundenen Stiftung	166
7.3	Zum rhetorischen Umgang mit divergierenden Erwartungen	173
7.4	Zum strukturellen Umgang mit divergierenden Erwartungen	176
7.5	Modell zum Umgang von Organisationen mit divergierenden Erwartungen und daraus resultierenden Konflikten	178
7.6	Limitationen sowie Weiterentwicklung	181
	Anhang	187
	Zitierte Literatur	213

Die Implementierung von CSR in High-Tech
Unternehmen

Zum organisationalen Umgang mit divergierenden
institutionalisierten Erwartungen

Bohn, S.

2014, XIV, 229 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06775-5