

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Thematischer Hintergrund	2
1.2 Zielsetzung.....	5
1.3 Forschungsdesign.....	7
1.4 Untersuchungsaufbau.....	12
2 Begriffsbestimmungen	15
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> und <i>Corporate Citizenship</i>	15
2.1.1 CSR: Soziale Verantwortung von Unternehmen	15
2.1.2 CCE: Unternehmerisches Bürgerengagement	23
2.1.2.1 Allgemeine Begriffsabgrenzung	23
2.1.2.2 CCE-Instrumente	26
2.1.2.3 Verwandte Begriffe.....	34
2.1.3 Zusammenfassung	35
2.2 Grundbegriffe des strategischen Managements	36
2.2.1 Unternehmensziele	36
2.2.2 Strategie	43
2.2.3 Strategisches Risikomanagement	48
2.2.4 Zusammenfassung: Basis-Bezugsrahmen für CCE-Untersuchung	50
3 Stand der Forschung.....	51
3.1 Theoretische Fundierung CCE-Nutzen für Unternehmen	51
3.2 Konzeptionelle Ansätze zur strategischen CCE-Ausrichtung	55

3.3	Empirische Forschung zur strategischen CCE-Ausrichtung.....	65
3.4	Zusammenfassung.....	69
4	Konkretisierung theoretisch-konzeptioneller Bezugsrahmen	71
4.1	Wertbeiträge auf Wettbewerbs- und Geschäftsbereichsebene.....	71
4.1.1	Marktorientierter Ansatz des strategischen Managements	75
4.1.1.1	Grundkonzept marktorientierter Ansatz.....	75
4.1.1.2	Bedeutung standortbezogener Faktoren.....	79
4.1.2	Ressourcenorientierter Ansatz des strategischen Managements	82
4.1.2.1	Grundkonzept ressourcenorientierter Ansatz.....	82
4.1.2.2	Inhaltliche Abgrenzung ausgewählter intangibler Ressourcen	90
4.1.2.2.1	Unternehmensreputation.....	90
4.1.2.2.2	Unternehmenskultur	96
4.1.2.2.3	Unternehmenskooperationen/-netzwerke	100
4.1.2.3	Kernkompetenzen- und Dynamische-Fähigkeiten-Ansatz	102
4.1.2.4	Wissensbasierter Ansatz	105
4.1.2.5	Instrumenteller Stakeholderansatz	109
4.1.2.6	Zusammenfassung ressourcenorientierter Ansatz.....	112
4.1.3	Verfeinerung theoretisch-konzeptioneller Bezugsrahmen	113
4.2	Wertbeiträge auf Konzernleitungs- und Zentralbereichsebene.....	114
4.3	Unternehmenswertsteigerung mittels Risikomanagement.....	122
4.4	Finalisierung theoretisch-konzeptioneller Bezugsrahmen.....	127
5	Strategische CCE-Nutzenpotenziale	131
5.1	Nutzenpotenziale auf Geschäftsbereichsebene	131
5.1.1	Positive Beeinflussung von Wettbewerbskräften	132
5.1.2	Wertkettenmodifikation ohne Ressourcenaufbau.....	134
5.1.3	Positive Beeinflussung Standort- und Umfeldfaktoren	138
5.1.4	(Weiter-)Entwicklung Unternehmensressourcen und -fähigkeiten	144
5.1.4.1	Unternehmensreputation	145
5.1.4.2	Unternehmenskultur und unternehmensinterne Netzwerke	159
5.1.4.3	Unternehmensexterne Netzwerke und Stakeholderbeziehungen	163
5.1.4.4	Organisationale Wissensbasis	166
5.1.4.5	Kernkompetenzen und dynamische Fähigkeiten	173
5.1.5	Zusammenfassung	176

5.2	Nutzenpotenziale auf Konzern-/Zentralbereichsebene	179
5.3	Nutzenpotenziale im strategischen Risikomanagement.....	184
5.4	Zusammenfassung.....	189
6	Generische CCE-Kernstrategietypen	193
6.1	Definition generischer Kernstrategietypen	193
6.2	Hauptcharakteristika der vier Kernstrategietypen	197
6.2.1	CCE-Standortinvestor	197
6.2.2	CCE-Ressourceninvestor	203
6.2.3	Operativer CCE-Nutzer	209
6.2.4	CCE-Versicherer.....	214
6.3	Zusammenfassung und Propositionen	218
7	Empirische Untersuchung von CC-Engagement.....	223
7.1	Konkretisierung der Zielsetzung.....	223
7.2	Untersuchungsplan.....	224
7.3	Angewendete Untersuchungsverfahren	228
7.3.1	Dokumentenanalyse.....	229
7.3.2	Unternehmensbefragungen.....	231
7.4	Sample der untersuchten Unternehmen	235
7.5	Untersuchungsergebnisse.....	238
7.5.1	Grundlagen und explorative Erkenntnisse	238
7.5.2	Überprüfung theoretisch-konzeptionelle Propositionen	255
7.5.2.1	Konzeptionelle CCE-Parameter	255
7.5.2.2	Umsetzungsbezogene CCE-Parameter	266
7.5.2.3	Ergebnisbezogene CCE-Parameter	276
7.5.3	Exkurs: Veränderung von CCE durch die Wirtschaftskrise 2009	291
7.6	Mögliche Verallgemeinerungen.....	293
7.7	Zusammenfassung und Ausblick	294
8	Schlussbetrachtung.....	297
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	297
8.2	Kritische Würdigung.....	302
8.3	Weiterer Forschungsbedarf.....	303

Literaturverzeichnis.....	305
---------------------------	-----

Anhang	339
--------------	-----

Strategische Ausrichtung von
Corporate-Citizenship-Engagement
Theoretische Fundierung und Anwendung in der
Unternehmenspraxis

Wildner, M.

2017, XVIII, 351 S. 49 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16941-1