

Corporate Social Responsibility (CSR) („**Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung**“) umschreibt den Beitrag der Wirtschaft (Produktion, Handel) hinsichtlich allgemein gesellschaftlicher Belange; das Wohl der Gesellschaft (soziale Werte) als auch das Wohl der Natur und die Nachhaltigkeit (Zukunftsfähigkeit) sind damit eingeschlossen.

Was früher ein ehrbarer Kaufmann, ehrbarer Fabrikant war, der beachtete in seinem Handeln die sozialen Werte (Achtung vor den Mitarbeitern, den Kunden, der Gesellschaft,..), im Zuge der Betonung der Gewinnmaximierung – shareholder values – drohen diese unwichtig zu werden. Sie werden heute von alternativen Bevölkerungsgruppen eingefordert (Erhaltung von aussterbenden Werte“) und sie gewinnen wieder an Wert, zu mindest werden die als Marketinginstrument von allen Gruppen genutzt. Bei CSR wird die Nachhaltigkeit (Ökologie – Bewahrung der Natur) und das Soziale (Achtung der Menschenwürde; keine Diskriminierung; Gleichheit usw) betont.

Google Suche - **3.660.000** für "**Corporate Social Responsibility**". (03.02.2010) **17.100** für "**Corporate Social Responsibility**" Ernährung (03.02.10)

Hier einige Ergebnisse davon -

- [**Corporate Social Responsibility – Wikipedia**](#)

Der Begriff *Corporate Social Responsibility (CSR)* bzw. Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung (oft aufgrund verkürzter Übersetzung des englischen ...

[de.wikipedia.org/.../Corporate_Social_Responsibility](#) - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

Der Begriff **Corporate Social Responsibility (CSR)** bzw. **Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung** (oft aufgrund verkürzter Übersetzung des englischen Begriffs "social" auch als *Unternehmerische Sozialverantwortung* bezeichnet), umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer [nachhaltigen Entwicklung](#), die über die gesetzlichen Forderungen ([Compliance](#)) hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt), über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen ([Stakeholdern](#)).

Inhaltsverzeichnis

[\[Verbergen\]](#)

- [1 Begriffsbestimmung und Facetten der CSR](#)
 - [1.1 Definition](#)
 - [1.2 Teilaspekte](#)
 - [1.2.1 Stakeholder-Beziehungen](#)
 - [1.2.2 Gewinnerzielung](#)
 - [1.2.3 Freiwilligkeit](#)
 - [1.2.4 Das Drei-Säulen-Modell \(Triple Bottom Line\)](#)
- [2 Aufzählung typischer Maßnahmen von Unternehmen](#)
- [3 Geschichtlicher Hintergrund](#)
- [4 Initiativen und internationale Regelungen zu CSR](#)
- [5 Umsetzung durch die Unternehmen](#)

- [6 Literatur](#)
- [7 Siehe auch](#)
- [8 Weblinks](#)
- [9 Fußnoten](#)

Begriffsbestimmung und Facetten der CSR [\[Bearbeiten\]](#)

Definition [\[Bearbeiten\]](#)

Für den Begriff *Corporate Social Responsibility* (CSR) gibt es keine einheitliche Abgrenzung. Vor allem im angloamerikanischen Sprachgebrauch, zunehmend aber auch in der deutschsprachigen Literatur, werden in der Diskussion um die Rolle und die Verantwortung von Unternehmen in der Gesellschaft häufig auch verwandte Begriffe wie [Corporate Responsibility](#) oder [Corporate Citizenship](#) verwendet. ^[1]

Die [Europäische Kommission](#) charakterisiert in ihrem [Grünbuch](#) ^[2] den Begriff wie folgt:

„Konzept, 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.“

Die Definition der Europäischen Kommission nennt zwei zentrale Punkte für CSR. Dies sind:

- soziale Belange und
- Umweltbelange

Erweitert man diese noch um die ökonomischen Belange, erhält man die drei Dimensionen der [Nachhaltigkeit](#), nämlich Ökonomie, Ökologie und Soziales (vgl. auch [Drei-Säulen-Modell](#)). ^[3]

CSR bezeichnet demnach also ein integriertes Unternehmenskonzept, das alle "*sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, die über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen (Compliance) hinausgehen.*"^[4], beinhaltet. ^[5]

Teilaspekte [\[Bearbeiten\]](#)

Stakeholder-Beziehungen [\[Bearbeiten\]](#)

[Stakeholder](#) sind alle diejenigen, die ein Interesse an den Aktivitäten eines Unternehmens haben. Dies können beispielsweise Eigen- und Fremdkapitalgeber, Arbeitnehmer und Gewerkschaften, Kunden und Lieferanten, Anwohner, Verbraucher- und Umweltschutzverbände sowie die Medien oder allgemein die Öffentlichkeit sein.

Im Rahmen von CSR ist der Dialog mit den Stakeholdern deshalb so wichtig, da sie diejenigen sind, auf die sich die unternehmerische Verantwortung beziehen muss. Insbesondere bei größeren, börsennotierten Unternehmen ist CSR mittlerweile ein wichtiger Baustein um gute Ratings zu bekommen und von Investoren in bestimmten Fonds und Kapitalanlagen berücksichtigt zu werden.

[Gewinnerzielung](#) [\[Bearbeiten\]](#)

Die Frage nach dem Verhältnis zwischen CSR und Gewinnerzielung wird intensiv diskutiert. In der öffentlichen Diskussion wird vielfach die Meinung vertreten, CSR impliziere den generellen Verzicht auf unternehmerische Gewinne. Dem ist entgegenzusetzen, dass Unternehmen sich im Wettbewerb nicht leisten können, im Namen von CSR generell auf Gewinne zu verzichten und damit Wettbewerbsnachteile in Kauf zu nehmen. Es existieren natürlich Mittel der Gewinnerzielung, die mit CSR nicht vereinbar sind (etwa Vernachlässigung von Sicherheitsstandards, die Ausbeutung von Mitarbeitern oder Verletzung von Menschenrechten). Entsprechend ist die Frage nach dem Verhältnis von CSR und Gewinnerzielung differenziert zu betrachten. Zunächst einmal ist festzustellen, dass unternehmerische Gewinnerzielung im marktwirtschaftlichen System notwendig und auch gesellschaftlich erwünscht ist. ^[6] Allerdings ist im weiteren zwischen verantwortlicher und unverantwortlicher Gewinnerzielung zu unterscheiden. Unternehmen haben die Verantwortung auf kurzfristige Gewinnerzielung zulasten von Dritten zu verzichten. ^[7] Ein solcher Verzicht liegt im aufgeklärten Eigeninteresse von Unternehmen, da sich hierdurch bestimmte Vermögenswerte (etwa Integrität oder Glaubwürdigkeit) aufbauen lassen, welche für die unternehmerische Kooperationsfähigkeit bedeutsam sind. Hier zeigt sich, dass es sich bei einem derartigen Verzicht auf kurzfristige Gewinnerzielung zulasten Dritter um eine Investition in die Bedingungen des langfristigen unternehmerischen Erfolgs handelt. So erfordert CSR einerseits Investitionen, zieht jedoch auf der anderen Seite ökonomische Erfolgswirkungen (Steigerung der finanziellen Performance, Kostensenkung) sowie nicht-ökonomische Erfolgswirkungen (Aufbau einer positiven Reputation, Risikovermeidung, Produkt- und Prozessinnovationen) nach sich. ^[8]

[Freiwilligkeit](#) [\[Bearbeiten\]](#)

Das Prinzip der Freiwilligkeit erzeugt die Frage nach den wirklichen Beweggründen einer CSR. In den meisten Fällen ist sicherlich davon auszugehen, dass die Unternehmen *nicht* allein aus reinem [Altruismus](#) handeln - vielmehr werden auch Ziele - wie etwa Profitmaximierung - verfolgt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, dass Unternehmen versuchen, den Begriff CSR als Werbemaßnahme zu verwenden und es nach außen als soziales Engagement verkaufen wollen.

[Das Drei-Säulen-Modell \(Triple Bottom Line\)](#) [\[Bearbeiten\]](#)

Das Grünbuch definiert das Drei-Säulen-Modell als "*Konzept, das davon ausgeht, dass die Gesamtleistung eines Unternehmens daran gemessen werden sollte, in welchem Maße sie beiträgt zu wirtschaftlichem Wohlstand, Umweltqualität und Sozialkapital.*" ^[9] Auch beim übergeordneten Ziel der nachhaltigen Entwicklung werden diese drei Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales berücksichtigt. Die ökonomische Dimension zielt dabei auf langfristige Erträge aus den vorhandenen Ressourcen, die ökologische Dimension auf den schonenden Umgang mit diesen Ressourcen und der Natur allgemein und die soziale Dimension auf die Verteilungsgerechtigkeit, das heißt eine intra- und intergenerative Gerechtigkeit. ^[10]

Aufzählung typischer Maßnahmen von Unternehmen

[\[Bearbeiten\]](#)

- Engagement für die Gesellschaft und Wissenschaft ([Stiftungen](#), Bildung, gesellschaftlicher Zusammenhalt)

- Engagement für [Umwelt-](#) und [Klimaschutz \(Nachhaltigkeit\)](#), Lebenswerte Architektur, [Energieeffizienz](#) und -einsparung, CO2-Reduktionsziele, [Mülltrennung](#) und -recycling)
- Mitarbeiter (Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, [Chancengleichheit](#), [Arbeitssicherheit](#) und Gesundheit)
- [Jugendschutz \(Verhaltenskodex, Internetzugangsbeschränkungen\)](#)

Geschichtlicher Hintergrund [\[Bearbeiten\]](#)

Seit dem Mittelalter gibt es in Europa das [Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns](#), das den einzelnen Kaufleuten die Einhaltung von bestimmten Verhaltensnormen auferlegte, welche unter anderem dem gesellschaftlichen Gleichgewicht in den Städten dienen. Aus den Ehrbaren Kaufleuten des europäischen Bürgertums wurden in der [Industrialisierung](#) ab dem 18. Jahrhundert Unternehmerpersönlichkeiten, für die gesellschaftliches Engagement ebenfalls zur Selbstverständlichkeit gehörte.^[11] Sie traten als [Mäzene](#) und [Stifter](#) auf und kümmerten sich um die Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen ihrer Mitarbeiter, indem sie beispielsweise Wohnhäuser bauten.

Die Wissenschaft beschäftigte sich seit den 1950er Jahren, zunächst in den USA, mit dem Thema. Eine der ersten Publikationen zu dem Thema war "*Social Responsibilities of the Businessman*" von Howard R. Bowen (1953). Er vertrat darin die Ansicht, dass sich soziale Verantwortung von Unternehmen an den gesellschaftlichen Erwartungen und Werten zu orientieren habe. Da die Unternehmen gesellschaftliche Rechte in Anspruch nähmen, hätten sie auch entsprechende Pflichten zu übernehmen. Ab den 1970er Jahren kam der Aspekt des Unternehmens als Akteur hinzu. Man war nun der Ansicht, dass die Unternehmen nicht nur auf Erwartungen der Gesellschaft reagieren, sondern ihr Engagement auch aktiv mitgestalten sollten. Seit den 1980er Jahren trat die "CSR-Bewegung" als Reaktion auf den vorherrschenden [Shareholder Value](#)-Gedanken noch stärker hervor.

Parallel entwickelte sich seit den 1980er Jahren der Umweltschutzgedanke, aus dem die Idee einer [nachhaltigen Entwicklung](#) hervorging. Seit den 1990er Jahren verschmelzen beide Ideen – CSR und Umweltschutz/Nachhaltigkeit – zu einer Einheit.

In Europa hat sich die CSR-Diskussion dagegen erst später entwickelt. Dies lag wohl zum einen an den gegenüber den USA stärker ausgeprägten sozialen Sicherungssystemen, zum anderen aber auch in der traditionellen Verankerung des Verantwortungsbewusstseins in den europäischen Unternehmen.

2001 erschien das "*Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen*" der [Europäischen Union](#), in dem diese sich erstmals mit dem Thema auseinandersetzte. 2002 wurde das "*European Multi-Stakeholder-Forum on CSR*" ([EMS-Forum](#)) gegründet.^[12]

Initiativen und internationale Regelungen zu CSR [\[Bearbeiten\]](#)

Immer wieder wird diskutiert, inwiefern Vereinheitlichung, Standards oder gesetzliche Rahmenbedingungen (z.B. zu mehr Transparenz) zur Förderung von CSR eingeführt werden sollen. Unternehmensverbände, wie z.B. der [BDI](#), sprechen sich dagegen aus und berufen sich auf den Freiwilligkeitscharakter von CSR. Umwelt- und soziale [nichtstaatliche Organisationen](#) (NGO) halten gewisse Standards und gesetzliche Verpflichtungen zu Transparenz für notwendig, damit fortschrittliche Unternehmen auch als solche von den

Konsumenten erkannt und vom Markt belohnt werden können.^[13] Trotzdem gibt es verschiedene Initiativen von Organisationen, die sich dem Thema angenommen haben. Die bekanntesten sind:

- der [Global Compact](#) der [Vereinten Nationen](#) (Freiwillige Verpflichtungserklärung von Unternehmen, 10 grundlegende Prinzipien zu den Themen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruption einzuhalten)
- die [Leitsätze für multinationale Unternehmen](#) der [Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung](#) (OECD)
- die Regelungen der [Internationalen Arbeitsorganisation](#) (ILO). Hier ist insbesondere die "[Dreigliedrige Grundsatzerklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik](#)" zu nennen, die insgesamt 59 Regeln zu Arbeitsbedingungen enthält, darunter die [Kernarbeitsnormen](#) der ILO.

Daneben gibt es die [Global Reporting Initiative](#) (GRI), die Regeln für die [Berichterstattung](#) von CSR aufgestellt hat. Diese Standardisierung zwingt die Unternehmen einerseits dazu, sich zu bestimmten Fragestellungen zu äußern (da die Konkurrenz dies ja auch tut) und zum anderen schafft sie eine gewisse Vergleichbarkeit.

Sozial- und Umweltgütesiegel bescheinigen den Konzernen die Einhaltung bestimmter Mindeststandards bezüglich ihres sozialen oder ökologischen Verhaltens. Zu den bekanntesten Siegeln zählen die Zertifizierung nach [ISO 14001](#), die Validierung nach *Eco Management and Audit Scheme* ([EMAS](#)) und das europäische Umweltgütesiegel für Produkte ([Blauer Engel](#)).

Nachhaltigkeits-Indizes bewerten schließlich die Nachhaltigkeits-Aktivitäten von Unternehmen und schaffen so mit dem *Social Responsible Investment* einen Anreiz für die Unternehmen, ihre Geschäftstätigkeit nach nachhaltigen Gesichtspunkten auszurichten. Die wichtigsten Indizes sind die *Dow Jones Sustainability Indexes* und die *FTSE4Good*-Indizes.

Umsetzung durch die Unternehmen [\[Bearbeiten\]](#)

Für Unternehmen besteht aufgrund veränderter Rahmenbedingungen (insbesondere [Globalisierung](#), verbesserte Informations- und Kommunikationstechnologie und sich verändernde Einstellungen bei Verbrauchern und Öffentlichkeit) der Druck, sich zunehmend mit dieser Thematik auseinanderzusetzen, da sie andernfalls Gefahr laufen, die von der Gesellschaft benötigte „Handlungsvollmacht“ (licence to operate) zu verlieren.^[14] Prominentes Beispiel für die Konsequenzen bei Verlust dieser „Handlungsvollmacht“ stellt [Shell](#) mit ihrer Ölplattform [Brent Spar](#) dar. Die Gesellschaft forderte damals von dem Unternehmen die Übernahme von Verantwortung in Form einer Entsorgung der Ölplattform an Land.^[15]

Unternehmen stehen vor der Herausforderung, Forderungen nach CSR im eigenen Interesse nachzugehen, angemessene Konzepte zu entwickeln und zugleich die Bedingungen zu schaffen, um in öffentlichen Diskursen zu bestehen. Um eine gemeinsame Annäherung an das Thema CSR zu finden, schließen sich Unternehmen zu [Netzwerken](#) zusammen. Beispiele bekannter Netzwerke sind: econsense, Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen, CSR Europe sowie der [UN Global Compact](#).

CSR kann auch mit dem Hintergedanken der langfristigen Profitmaximierung verfolgt werden. Die zunehmende Standardisierung führt möglicherweise dazu, dass sich alle Unternehmen auf allen wichtigen Themenfeldern engagieren möchten, da die Konkurrenz dies so vorlebt. Es scheint, dass viele Unternehmen sich nur so weit engagieren, wie es ihnen aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten notwendig erscheint. Andererseits ist zu berücksichtigen, dass Unternehmen sich im Wettbewerb befinden und CSR unter marktwirtschaftlichen Bedingungen zur Geltung zu bringen ist. Hinzu kommt, dass der Wettbewerb - und damit die unternehmerische Gewinnerzielung - Unternehmen auch Anreize bieten kann, Verantwortung zu übernehmen, etwa in Form von damit ermöglichten Differenzierungseffekten oder aber einer Verbesserung der Kooperationsfähigkeit.

Literatur [\[Bearbeiten\]](#)

Aufsätze

- Alexander Bassen, Sarah Jastram, Katrin Meyer, Katrin: *Corporate Social Responsibility. Eine Begriffserläuterung*. In: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*. Jg. 6, Nr. 2, 2005. Rainer Hampp Verlag, Mering, [ISSN 1439-880X](#), S. 231-236.
- Markus Beckmann: *Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship, eine empirische Bestandsaufnahme der aktuellen Diskussion über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen*. Lehrstuhl für Wirtschaftsethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Halle 2007, [ISBN 978-3860109120](#) (PDF; 0,7 MB).
- Ursula Hansen, Ulf Schrader: Corporate Social Responsibility als aktuelles Thema der Betriebswirtschaftslehre, in: *Die Betriebswirtschaft*, Jg. 65, Heft 4, S. 373-395.
- Daniel Klink: [Der Ehrbare Kaufmann – Das ursprüngliche Leitbild der Betriebswirtschaftslehre und individuelle Grundlage für die CSR-Forschung](#). In: Joachim Schwalbach (Hrsg.): [Corporate Social Responsibility](#). Zeitschrift für Betriebswirtschaft – Journal of Business Economics, Special Issue 3, Wiesbaden 2008, Gabler, [ISBN 3-834910449](#), S. 57–79.
- Nick Lin-Hi: [Corporate Social Responsibility: An Investment in Social Cooperation for Mutual Advantage](#), Diskussionspapier Nr. 2008-6 des Wittenberg-Zentrums für Globale Ethik.

Monographien

- Stefanie Hiß: *Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch*. Campus, Frankfurt am Main 2006, [ISBN 3-593-38187-7](#).
- Beatrix Kuhlen: *Corporate Social Responsibility (CSR). Die ethische Verantwortung von Unternehmen für Ökologie, Ökonomie und Soziales: Entwicklung, Initiativen, Berichterstattung, Bewertung*. Deutscher Wissenschaftsverlag, Baden-Baden 2005, [ISBN 978-3935176392](#).
- Nick Lin-Hi: *Eine Theorie der Unternehmensverantwortung: Die Verknüpfung von Gewinnerzielung und gesellschaftlichen Interessen*. Erich Schmidt Verlag, Berlin 2009, [ISBN 978-3-503-11478-8](#).
- Lothar Rieth: *Global Governance und Corporate Social Responsibility. Welchen Einfluss haben der UN Global Compact, die Global Reporting Initiative und die OECD-Leitsätze auf das CSR-Engagement deutscher Unternehmen?* Budrich UniPress, Opladen 2009, [ISBN 978-3940755315](#)

Sammelwerke

- Andrew Crane, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon, Donald S. Siegel (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press, New York 2008, [ISBN 978-0199211593](#)

- André Habisch, Martin Neureiter, René Schmidpeter (Hrsg.): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Springer Verlag, Berlin Heidelberg 2008, [ISBN 978-3540363576](#), [doi:10.1007/978-3540363583](#).
- Martin Müller, Stefan Schaltegger (Hrsg.): *Corporate Social Responsibility - Trend oder Modeerscheinung*. oekom Verlag, München 2008, [ISBN 978-3865810533](#)

Siehe auch [\[Bearbeiten\]](#)

- [Social Entrepreneurship](#)
- [Nachhaltigkeitsmanagement](#)

Weblinks [\[Bearbeiten\]](#)

- [CSR und kleine und mittlere Unternehmen, Europäische Kommission](#)
- [Informationen zu CSR, BDA und BDI](#)
- [Informationen zu den CSR- Aktivitäten des Rates für Nachhaltige Entwicklung](#), Rat für Nachhaltige Entwicklung
- [UnternehmensWerte - Corporate Social Responsibility in Deutschland](#). CSR-Initiative der Bundesregierung
- [Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen](#), Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der [Bertelsmann Stiftung](#) aus dem Jahr 2005

Fußnoten [\[Bearbeiten\]](#)

1. [↑](#) Dubielzig, F.; Schaltegger, S.: Corporate Social Responsibility, in: Althaus, M.; Geffken, M. & Rawe, S. (Hrsg.): Handlexikon Public Affairs, Münster: Lit Verlag, 2005, S.240-243 [CSM Lüneburg](#)
2. [↑](#) "Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. KOM (2001) 366 endgültig", Brüssel 2001
3. [↑](#) ebenda, S. 29 ff.
4. [↑](#) Meffert, Heribert; Münstermann, Matthias: "Corporate Social Responsibility in Wissenschaft und Praxis: eine Bestandsaufnahme", Arbeitspapier Nr. 186, Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V., Münster 2005, S. 20 f.
5. [↑](#) Herchen, Oliver: "Corporate Social Responsibility. Wie Unternehmen mit ihrer ethischen Verantwortung umgehen", Norderstedt 2007, [ISBN 978-3-8370-0262-1](#), S. 25 f.
6. [↑](#) Lin-Hi, Nick: "Eine Theorie der Unternehmensverantwortung: Die Verknüpfung von Gewinnerzielung und gesellschaftlichen Interessen", Berlin 2009, [ISBN 978-3-503-11478-8](#), S. 87 ff., 112 ff.
7. [↑](#) ebenda, S. 118 ff.
8. [↑](#) Bickel, Ina; Corporate Social Responsibility: Einflussfaktoren, Erfolgswirkungen und Einbezug in produktpolitische Entscheidungen; S. 36 ff., [ISBN 978-3836678292](#).
9. [↑](#) "Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. KOM (2001) 366 endgültig", Brüssel 2001, S. 30
10. [↑](#) Herchen, Oliver: "Corporate Social Responsibility. Wie Unternehmen mit ihrer ethischen Verantwortung umgehen", Norderstedt 2007, [ISBN 978-3-8370-0262-1](#), S. 32 ff.
11. [↑](#) Daniel Klink: *Der Ehrbare Kaufmann – Das ursprüngliche Leitbild der Betriebswirtschaftslehre und individuelle Grundlage für die CSR-Forschung*. In: Joachim Schwalbach (Hrsg.): *Corporate Social Responsibility*. Zeitschrift für Betriebswirtschaft – Journal of Business Economics, Special Issue 3, Wiesbaden 2008, Gabler, [ISBN 3-8349-1044-9](#), S. 57–79.

12. [↑](#) Herchen, Oliver: "Corporate Social Responsibility. Wie Unternehmen mit ihrer ethischen Verantwortung umgehen", Norderstedt 2007, [ISBN 978-3-8370-0262-1](#), S. 19 ff.
13. [↑](#) vgl. Loew: "The Results of the European Multistakeholder Forum on CSR in the View of Business, NGO and Science", Berlin 2005.
14. [↑](#) "Suchanek, Andreas; Lin-Hi, Nick 2006: *Eine Konzeption unternehmerischer Verantwortung*, Diskussionspapier Nr. 2006-7 des Wittenberg Zentrums für Globale Ethik.
15. [↑](#) Anzumerken ist, dass die Kritik an Shell sowie die Forderungen nach Verantwortung auch auf falschen Informationen sowie teilweise unzutreffenden Vorstellungen beruhte. Shell war allerdings aufgrund damals fehlender Vermögenswerte wie Glaubwürdigkeit oder Integrität nicht in der Lage, die praktische Legitimität ihrer Entscheidung gesellschaftlich vermitteln zu können.

Von „http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Social_Responsibility“

Kategorien: [Management](#) | [Wirtschaftsethik](#) | [Sozialethik](#)

Corporate social responsibility (CSR), also known as **corporate responsibility**, **corporate citizenship**, **responsible business**, **sustainable responsible business (SRB)**, or **corporate social performance**,^[1] is a form of [corporate self-regulation](#) integrated into a [business model](#). Ideally, CSR policy would function as a built-in, self-regulating mechanism whereby business would monitor and ensure its adherence to law, ethical standards, and international [norms](#). Business would embrace responsibility for the impact of their activities on the environment, consumers, employees, communities, stakeholders and all other members of the [public sphere](#). Furthermore, business would [proactively](#) promote the [public interest](#) by encouraging community growth and development, and voluntarily eliminating practices that harm the public sphere, regardless of legality. Essentially, CSR is the deliberate inclusion of [public interest](#) into corporate [decision-making](#), and the honoring of a [triple bottom line](#): People, Planet, Profit.

The practice of CSR is subject to much debate and criticism. Proponents argue that there is a strong business case for CSR, in that corporations benefit in multiple ways by operating with a perspective broader and longer than their own immediate, short-term profits. Critics argue that CSR distracts from the fundamental economic role of businesses; others argue that it is nothing more than superficial [window-dressing](#); others yet argue that it is an attempt to preempt the role of governments as a watchdog over powerful [multinational corporations](#). Corporate Social Responsibility has been redefined throughout the years. However, it essentially is titled to aid to an organization's mission as well as a guide to what the company stands for and will uphold to its consumers.

Contents

[\[hide\]](#)

- [1 Development](#)
- [2 Approaches](#)
- [3 Social accounting, auditing, and reporting](#)
- [4 Potential business benefits](#)
 - [4.1 Human resources](#)
 - [4.2 Risk management](#)
 - [4.3 Brand differentiation](#)
 - [4.4 License to operate](#)
- [5 Criticisms and concerns](#)

- [5.1 CSR and the nature of business](#)
- [5.2 CSR and questionable motives](#)
- [6 Motivations](#)
 - [6.1 Ethical consumerism](#)
 - [6.2 Globalization and market forces](#)
 - [6.3 Social awareness and education](#)
 - [6.4 Ethics training](#)
 - [6.5 Laws and regulation](#)
 - [6.6 Crises and their consequences](#)
 - [6.7 Stakeholder priorities](#)
- [7 See also](#)
- [8 Footnotes](#)
- [9 References](#)
- [10 Further reading](#)

[\[edit\]](#) Development

[Business ethics](#) is one of the forms of [applied ethics](#) that examines ethical principles and moral or ethical problems that can arise in a business environment.

In the increasingly conscience-focused marketplaces of the 21st century, the demand for more [ethical business](#) processes and actions (known as ethicism) is increasing. Simultaneously, pressure is applied on industry to improve [business ethics](#) through new public initiatives and laws (e.g. higher UK road tax for higher-emission vehicles).

Business ethics can be both a normative and a descriptive discipline. As a corporate practice and a career specialization, the field is primarily normative. In academia, descriptive approaches are also taken. The range and quantity of business ethical issues reflects the degree to which business is perceived to be at odds with non-economic social values. Historically, interest in business ethics accelerated dramatically during the 1980s and 1990s, both within major corporations and within academia. For example, today most major corporate websites lay emphasis on commitment to promoting non-economic social values under a variety of headings (e.g. ethics codes, [social responsibility](#) charters). In some cases, corporations have re-branded their core values in the light of business ethical considerations (e.g. [BP](#)'s "beyond petroleum" environmental tilt).

The term CSR came in to common use in the early 1970s, after many multinational corporations formed, although it was seldom abbreviated. The term [stakeholder](#), meaning those on whom an organization's activities have an impact, was used to describe corporate owners beyond [shareholders](#) as a result of an influential book by R Freeman in 1984. ^[2]

Whilst there is no recognized standard for CSR, public sector organizations (the United Nations for example) adhere to the [Triple Bottom Line](#) (TBL). It is widely accepted that CSR adheres to similar principles but with no formal act of legislation. The UN has developed the [Principles for Responsible Investment](#) as guidelines for investing entities.

[\[edit\]](#) Approaches

Some commentators have identified a difference between the [Continental European](#) and the [Anglo-Saxon](#) approaches to CSR.^[3] And even within Europe the discussion about CSR is very heterogeneous.^[4]

An approach for CSR that is becoming more widely accepted is community-based development projects, such as the [Shell Foundation](#)'s involvement in the [Flower Valley](#), South Africa. Here they have set up an Early Learning Centre to help educate the community's children, as well as develop new skills for the adults. [Marks and Spencer](#) is also active in this community through the building of a trade network with the community - guaranteeing regular [fair trade](#) purchases. Often alternative approaches to this is the establishment of education facilities for adults, as well as HIV/AIDS education programmes. The majority of these CSR projects are established in Africa. A more common approach of CSR is through the giving of aid to local organizations and impoverished communities in developing countries. Some organizations^[who?] do not like this approach as it does not help build on the skills of the local people, whereas community-based development generally leads to more sustainable development.^[clarification needed Difference between local org& community-dev? Cite]

Procurement of [Fair Trade](#) tea and coffee has been adopted by various businesses: [KPMG](#) CSR manager commented, "Fairtrade fits very strongly into our commitment to our communities."^[5]

[edit] Social accounting, auditing, and reporting

Main article: [Social accounting](#)

Taking responsibility for its impact on society means in the first instance that a company accounts for its actions. [Social accounting](#), a concept describing the communication of social and environmental effects of a company's economic actions to particular interest groups within society and to society at large, is thus an important element of CSR.^[6]

A number of reporting guidelines or standards have been developed to serve as frameworks for social accounting, auditing and reporting:

- [AccountAbility](#)'s [AA1000](#) standard, based on [John Elkington](#)'s [triple bottom line](#) (3BL) reporting
- Accounting for Sustainability's [Connected Reporting Framework](#)
- The [Fair Labor Association](#) conducts audits based on its Workplace Code of Conduct and posts audit results on the FLA website.
- [Global Reporting Initiative](#)'s Sustainability Reporting Guidelines
- [GoodCorporation](#)'s [Standard](#) developed in association with the Institute of Business Ethics
- [Green Globe](#) Certification / Standard
- [Social Accountability International](#)'s [SA8000](#) standard
- The [ISO 14000](#) environmental management standard
- The [United Nations Global Compact](#) promotes companies reporting in the format of a [Communication on Progress \(COP\)](#). A COP report describes the company's implementation of the Compact's ten universal principles.
- The [United Nations Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting \(ISAR\)](#) provides voluntary technical guidance on [eco-efficiency indicators](#), [corporate responsibility reporting](#), and [corporate governance disclosure](#).
- [Verite](#)'s Monitoring Guidelines

The [FTSE Group](#) publishes the [FTSE4Good Index](#), an evaluation of CSR performance of companies.

In some nations legal requirements for social accounting, auditing and reporting exist (e.g. in the French [bilan social](#)), though agreement on meaningful measurements of social and environmental performance is difficult. Many companies now produce externally audited annual reports that cover [Sustainable Development](#) and CSR issues ("Triple Bottom Line Reports"), but the reports vary widely in format, style, and [evaluation methodology](#) (even within the same industry). Critics dismiss these reports as [lip service](#), citing examples such as [Enron's](#) yearly "Corporate Responsibility Annual Report" and tobacco corporations' social reports.

[\[edit\]](#) Potential business benefits

The scale and nature of the benefits of CSR for an organization can vary depending on the nature of the enterprise, and are difficult to quantify, though there is a large body of literature exhorting business to adopt measures beyond financial ones (e.g., [Deming's](#) Fourteen Points, [balanced scorecards](#)). Orlitzky, Schmidt, and Rynes^[7] found a correlation between social/environmental performance and financial performance. However, businesses may not be looking at short-run financial returns when developing their CSR strategy.

The definition of CSR used within an organization can vary from the strict "stakeholder impacts" definition used by many CSR advocates and will often include [charitable efforts](#) and [volunteering](#). CSR may be based within the [human resources](#), [business development](#) or [public relations](#) departments of an organisation,^[8] or may be given a separate unit reporting to the [CEO](#) or in some cases directly to the [board](#). Some companies may implement CSR-type values without a clearly defined team or programme.

The [business case](#) for CSR within a company will likely rest on one or more of these arguments:

[\[edit\]](#) Human resources

A CSR programme can be an aid to [recruitment](#) and [retention](#),^[9] particularly within the competitive [graduate](#) student market. Potential recruits often ask about a firm's CSR policy during an interview, and having a comprehensive policy can give an advantage. CSR can also help improve the perception of a company among its staff, particularly when staff can become involved through [payroll giving](#), [fundraising](#) activities or community volunteering.

[\[edit\]](#) Risk management

Managing [risk](#) is a central part of many corporate strategies. Reputations that take decades to build up can be ruined in hours through incidents such as corruption scandals or environmental accidents. These can also draw unwanted attention from regulators, courts, governments and media. Building a genuine culture of 'doing the right thing' within a corporation can offset these risks.^[10]

[\[edit\]](#) Brand differentiation

In crowded marketplaces, companies strive for a [unique selling proposition](#) that can separate them from the competition in the minds of consumers. CSR can play a role in building customer loyalty based on distinctive ethical values.^[11] Several major [brands](#), such as [The Co-operative Group](#), [The Body Shop](#) and [American Apparel](#)^[12] are built on ethical values. Business service organizations can benefit too from building a reputation for integrity and best practice.

[\[edit\]](#) License to operate

Corporations are keen to avoid interference in their business through [taxation](#) or [regulations](#). By taking substantive voluntary steps, they can persuade governments and the wider public that they are taking issues such as [health and safety](#), diversity, or the environment seriously as good corporate citizens with respect to labour standards and impacts on the environment.

[\[edit\]](#) Criticisms and concerns

Critics of CSR as well as proponents debate a number of concerns related to it. These include CSR's relationship to the fundamental purpose and nature of business and questionable motives for engaging in CSR, including concerns about insincerity and hypocrisy.

[\[edit\]](#) CSR and the nature of business

[Milton Friedman](#) and others have argued that a corporation's purpose is to maximize returns to its shareholders, and that since (in their view), only people can have social responsibilities, corporations are only responsible to their shareholders and not to society as a whole. Although they accept that corporations should obey the laws of the countries within which they work, they assert that corporations have no other obligation to society. Some people perceive CSR as incongruent with the very nature and purpose of business, and indeed a hindrance to free trade. Those who assert that CSR is incongruent with [capitalism](#) and are in favor of [neoliberalism](#) argue that improvements in health, [longevity](#) and/or [infant mortality](#) have been created by [economic growth](#) attributed to [free enterprise](#).^[13]

Critics of this argument perceive neoliberalism as opposed to the well-being of society and a hindrance to human freedom. They claim that the type of capitalism practiced in many developing countries is a form of economic and cultural imperialism, noting that these countries usually have fewer labor protections, and thus their citizens are at a higher risk of exploitation by multinational corporations.^[14]

A wide variety of individuals and organizations operate in between these poles. For example, the REALeadership Alliance asserts that the business of leadership (be it corporate or otherwise) is to change the world for the better.^[15] Many religious and cultural traditions hold that the economy exists to serve human beings, so all economic entities have an obligation to society (e.g., cf. [Economic Justice for All](#)). Moreover, as discussed above, many CSR proponents point out that CSR can significantly improve long-term corporate profitability because it reduces risks and inefficiencies while offering a host of potential benefits such as enhanced brand reputation and employee engagement.

[\[edit\]](#) CSR and questionable motives

Some critics believe that CSR programs are undertaken by companies such as [British American Tobacco](#) (BAT),^[16] the petroleum giant [BP](#) (well-known for its high-profile advertising campaigns on environmental aspects of its operations), and McDonald's (see below) to distract the public from ethical questions posed by their core operations. They argue that some corporations start CSR programs for the commercial benefit they enjoy through raising their reputation with the public or with government. They suggest that corporations which exist solely to maximize profits are unable to advance the interests of society as a whole.^[17]

Another concern is when companies claim to promote CSR and be committed to [Sustainable Development](#) whilst simultaneously engaging in harmful business practices. For example, since the 1970s, the [McDonald's Corporation](#)'s association with [Ronald McDonald House](#) has been viewed as CSR and relationship marketing. More recently, as CSR has become mainstream, the company has beefed up its CSR programs related to its labor, environmental and other practices^[18] All the same, in [McDonald's Restaurants v Morris & Steel](#), Lord Justices Pill, May and Keane ruled that it was fair comment to say that McDonald's employees worldwide 'do badly in terms of pay and conditions'^[19] and true that 'if one eats enough McDonald's food, one's diet may well become high in fat etc., with the very real risk of heart disease.'^[20]

[Shell](#) has a much-publicised CSR policy and was a pioneer in [triple bottom line](#) reporting, but this did not prevent the 2004 scandal concerning its misreporting of [oil reserves](#), which seriously damaged its reputation and led to charges of hypocrisy. Since then, the Shell Foundation has become involved in many projects across the world, including a partnership with [Marks and Spencer](#) (UK) in three flower and fruit growing communities across Africa.

Critics concerned with corporate hypocrisy and insincerity generally suggest that better governmental and international regulation and enforcement, rather than voluntary measures, are necessary to ensure that companies behave in a socially responsible manner. Others, such as Patricia Werhane argue that CSR should be looked more upon as a Corporate Moral Responsibility, and limit the reach of CSR by focusing more on direct impacts of the organization as viewed through a systems perspective to identify stakeholders.

[\[edit\]](#) Motivations

Corporations are motivated to adopt CSR practices by several different factors.^[21]

[\[edit\]](#) Ethical consumerism

The rise in popularity of [ethical consumerism](#) over the last two decades can be linked to the rise of CSR. As global population increases, so does the pressure on limited natural resources required to meet rising consumer demand (Grace and Cohen 2005, 147). Industrialization in many developing countries is booming as a result of technology and globalization. Consumers are becoming more aware of the environmental and social implications of their day-to-day consumer decisions and are beginning to make purchasing decisions related to their environmental and ethical concerns. However, this practice is far from consistent or universal.

[\[edit\]](#) Globalization and market forces

As corporations pursue growth through globalization, they have encountered new challenges that impose limits to their growth and potential profits. Government regulations, tariffs, environmental restrictions and varying standards of what constitutes labour exploitation are problems that can cost organizations millions of dollars. Some view ethical issues as simply a costly hindrance. Some companies use CSR methodologies as a strategic tactic to gain public support for their presence in global markets, helping them sustain a competitive advantage by using their social contributions to provide a subconscious level of advertising. (Fry, Keim, Meiners 1986, 105) Global competition places particular pressure on multinational corporations to examine not only their own labour practices, but those of their entire supply chain, from a CSR perspective.

[\[edit\]](#) Social awareness and education

The role among corporate stakeholders to work collectively to pressure corporations is changing. Shareholders and investors themselves, through [socially responsible investing](#) are exerting pressure on corporations to behave responsibly. [Non-governmental organizations](#) are also taking an increasing role, leveraging the power of the media and the Internet to increase their scrutiny and collective activism around corporate behavior. Through education and dialogue, the development of community in holding businesses responsible for their actions is growing (Roux 2007).

[\[edit\]](#) Ethics training

The rise of ethics training inside corporations, some of it required by government regulation, is another driver credited with changing the behaviour and culture of corporations. The aim of such training is to help employees make ethical decisions when the answers are unclear. Tullberg believes that humans are built with the capacity to cheat and manipulate, a view taken from (Trivers 1971, 1985), hence the need for learning normative values and rules in human behaviour (Tullberg 1996). The most direct benefit is reducing the likelihood of "dirty hands" (Grace and Cohen 2005), fines and damaged reputations for breaching laws or moral norms. Organizations also see secondary benefit in increasing employee loyalty and pride in the organization. [Caterpillar](#) and [Best Buy](#) are examples of organizations that have taken such steps (Thilmany 2007).

Increasingly, companies are becoming interested in processes that can add visibility to their CSR policies and activities. One method that is gaining increasing popularity is the use of well-grounded training programs, where CSR is a major issue, and [business simulations](#) can play a part in this. ^{[[citation needed](#)]}

One relevant documentary is [The Corporation](#), the history of organizations and their growth in power is discussed. Corporate social responsibility, what a company does to in trying to benefit society, versus corporate moral responsibility (CMR), what a company should morally do, are both important topics to consider when looking at ethics in CSR. For example, Ray Anderson, in *The Corporation*, takes a CMR perspective in order to do what is moral and he begins to shift his company's focus towards the biosphere by utilizing carpets in sections so that they will sustain for longer periods. This is Anderson thinking in terms of Garret Hardin's "The Tragedy of the Commons," where if people do not pay attention to the private ways in which we use public resources, people will eventually lose those public resources.

[\[edit\]](#) Laws and regulation

Another driver of CSR is the role of independent mediators, particularly the government, in ensuring that corporations are prevented from harming the broader social good, including people and the environment. CSR critics such as [Robert Reich](#) argue that governments should set the agenda for social responsibility by the way of laws and regulation that will allow a business to conduct themselves responsibly.

The issues surrounding government regulation pose several problems. Regulation in itself is unable to cover every aspect in detail of a corporation's operations. This leads to burdensome legal processes bogged down in interpretations of the law and debatable grey areas (Sacconi 2004). [General Electric](#) is an example of a corporation that has failed to clean up the Hudson River after contaminating it with organic pollutants. The company continues to argue via the legal process on assignment of liability, while the cleanup remains stagnant. (Sullivan & Schiafo 2005). The second issue is the financial burden that regulation can place on a nation's economy. This view shared by Bulkeley, who cites the Australian federal government's actions to avoid compliance with the [Kyoto Protocol](#) in 1997, on the concerns of economic loss and national interest. The Australian government took the position that signing the Kyoto Pact would have caused more significant economic losses for Australia than for any other OECD nation (Bulkeley 2001, pg 436). On the change of government following the election in November 2007, Prime Minister Kevin Rudd signed the ratification immediately after assuming office on 3 December 2007, just before the meeting of the UN Framework Convention on Climate Change. Critics of CSR also point out that organisations pay taxes to government to ensure that society and the environment are not adversely affected by business activities.

Denmark made a law on CSR. 16 December 2008, the Danish parliament adopted a bill making it mandatory for the largest Danish companies, investors and state owned companies to include information on corporate social responsibility (CSR) in their annual financial reports. The reporting requirements became effective on 1 January 2009^[22].

The information shall include:

- information on the companies' policies for CSR or [socially responsible investments](#) (SRI)
- information on how such policies are implemented in practice and
- information on what results have been obtained so far and managements expectations for the future with regard to CSR/SRI.

CSR/SRI is still voluntary in Denmark, but if a company has no policy on this they must state information to that effect explicitly in their annual financial report.

More on the Danish law on [CSRgov.dk](#)

[\[edit\]](#) Crises and their consequences

Often it takes a crisis to precipitate attention to CSR. One of the most active stands against environmental management is the [CERES](#) Principles that resulted after the [Exxon Valdez](#) incident in Alaska in 1989 (Grace and Cohen 2006). Other examples include the lead poisoning paint used by toy giant [Mattel](#), which required a recall of millions of toys globally and caused the company to initiate new risk management and quality control processes. In another example, [Magellan Metals](#) in the West Australian town of Esperance was responsible

for lead contamination killing thousands of birds in the area. The company had to cease business immediately and work with independent regulatory bodies to execute a cleanup.

[\[edit\]](#) Stakeholder priorities

Increasingly, corporations are motivated to become more socially responsible because their most important stakeholders expect them to understand and address the social and community issues that are relevant to them. Understanding what causes are important to employees is usually the first priority because of the many interrelated business benefits that can be derived from increased employee engagement (i.e. more loyalty, improved recruitment, increased retention, higher productivity, and so on). Key external stakeholders include customers, consumers, investors (particularly institutional investors), regulators, academics, and the media).

[\[edit\]](#) See also

- [Accountability](#)
- [Beneficiation](#)
- [Business in the Community](#)
- [Business ethics](#)
- [Business philosophy](#)
- [Carbon neutrality](#)
- [Carbon offset](#)
- [Chief Green Officer](#)
- [Civil society](#)
- [Corporate behaviour](#)
- [Corporate benefit](#)
- [Corporate governance](#)
- [Corporate personhood](#)
- [Corporate sustainability](#)
- [Corporation](#)
- [Csrwire Canada](#)
- [Customer engagement](#)
- [Ethical banking](#)
- [Ethical job](#)
- [Green job](#)
- [Inclusive business](#)
- [ISO 26000](#)
- [Not Just For Profit](#)
- [OECD Guidelines for Multinational Enterprises](#)
- [Renewable-energy economy](#)
- [Sustainability](#)
- [The Corporation](#)
- [Voluntary compliance](#)

[\[edit\]](#) Footnotes

1. [^] Wood, D. (1991) Corporate Social Performance Revisited. The Academy of Management Review, Vol. 16, No. 4 (Oct., 1991) <http://www.jstor.org/stable/258977>
2. [^] Freeman, R. Strategic management : a stakeholder approach . Pitman, 1984. ISBN: 9780273019138

3. [^ Saether, Kim T.; Ruth V. Aguilera \(2008\). "Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective".](#) in Crane, A., et al. (PDF). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 0199211590.
<http://www.business.uiuc.edu/aguilera/pdf/Williams%20Aguilera%20OUPfinal%20dec%202006.pdf>. Retrieved 2008-03-06.
4. [^ Habisch, André; Jan Jonker, Martina Wegner, R. Schmidpeter \(eds.\) \(2005\). *Corporate Social Responsibility across the Europe*. Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-540-23251-3.](#)
5. [^ http://www.fairtrade.org.uk/work/case_studies/read_a_case_study/default.aspx?ID=40](#)
6. [^ R.H. Gray, D.L.Owen & K.T.Maunders, *Corporate Social Reporting: Accounting and accountability* \(Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1987\) p. IX.](#)
7. [^ Orlitzky, Marc; Frank L. Schmidt, Sara L. Rynes \(2003\). "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis" \(PDF\). *Organization Studies* \(London: SAGE Publications\) 24 \(3\): 403–441. doi:10.1177/0170840603024003910.](#)
<http://www.finanzasostenibile.it/finanza/moskowitz2004.pdf>. Retrieved 2008-03-07.
8. [^ "Corporate Social Responsibility and Ethical Careers". University of Edinburgh Careers Service.](#)
<http://www.careers.ed.ac.uk/STUDENTS/Careers/Corporate%20Social%20Responsibility%20and%20Ethical%20Careers.html>. Retrieved 2008-03-07.
9. [^ Bhattacharya, C.B., Sankar Sen and Daniel Korschun \(2008\), "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent," MIT Sloan Management Review, 49 \(2\), 37-44; "The Good Company". *The Economist*. 2005-01-20.](#)
http://www.economist.com/surveys/displayStory.cfm?Story_id=3555212. Retrieved 2008-03-07.
10. [^ Kytle, Beth; John Gerard Ruggie \(2005\). "Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals" \(PDF\). *Social Responsibility Initiative Working Paper No. 10.*. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.](#)
http://www.ksg.harvard.edu/m-rcbg/CSRI/publications/workingpaper_10_kytle_ruggie.pdf. Retrieved 2008-03-07.
11. [^ Paluszek, John \(April 6-7, 2005\). "Ethics and Brand Value: Strategic Differentiation" \(PowerPoint\). *Business and Organizational Ethics Partnership Meeting*. Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University.](#)
<http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/ethics-and-brand-value.ppt>. Retrieved 2008-03-07.
12. [^ "Dr. Tantillo's 30-Second 'How To': How To Brand CSR The American Apparel Way" Marketing Doctor Blog. March 28, 2008.](#)
13. [^ Friedman, Milton \(1970-09-13\). "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". *The New York Times Magazine*.](#)
<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>. Retrieved 2008-03-07.
14. [^ c.f., Aquino, M.P., *Nuestro Clamor por la Vida. Teología Latinoamericana desde la Perspectiva de la Mujer* \(San José, Costa Rica: Departamento Ecueménico de Investigaciones, 1992\), et al.](#)
15. [^ Real Leadership Alliance](#)
16. [^ Friends of the Earth \(2005-04-28\). "British American Tobacco Report Shows Truth Behind Greenwash". Press release.](#)
http://www.foe.co.uk/resource/press_releases/british_american_tobacco_r_27042005.html. Retrieved 2008-03-07.
17. [^ McKibben, Bill \(November/December 2006\). "Hope vs. Hype". *Mother Jones*.](#)
http://www.motherjones.com/news/feature/2006/11/hype_vs_hope.html. Retrieved 2008-03-07.
18. [^ McDonald's Corporation CSR information](#)
19. [^ \[Appeal Judgment p247\]](#)
20. [^ \[Judgment p264\]](#)

21. [^ Corporate Social Responsibility: It's No Longer an Option](#)
22. [^ Danish Centre for CSR's official website CSRgov.dk](#)

[edit] References



This article includes a [list of references](#) or [external links](#), but **its sources remain unclear because it has insufficient [inline citations](#)**. Please help to [improve](#) this article by introducing more precise citations [where appropriate](#). (July 2009)

- Bansal, P., R. Roth (2000). "[Why Companies Go Green: A model of Ecological Responsiveness](#)". *The Academy of Management Journal*, Vol.43, No.4, pp. 717–736.
- Bulkeley, H. (2001). "[Governing Climate Change: The Politics and Risk Society](#)". *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series, Vol.26, No.4, pp. 430–447.
- Brand Strategy (2007). "10 key things to know about CSR". London. pg.47.
- Catalyst Consortium (2002). "[What is Corporate Social Responsibility?](#)"
- Feltus, C.; Petit, M.; Dubois, E.(2009). *Strengthening employee's responsibility to enhance governance of IT: COBIT RACI chart case study* , Proceedings of the first ACM workshop on Information security governance (WISG'09), Chicago, Il, USA. [Strengthening employee's responsibility to enhance governance of IT: COBIT RACI chart case study ISBN 978-1-60558-787-5](#)
- Fialka, J. (2006). "Politics & Economics: Big Businesses Have New Take on Warming; Some Companies Move From Opposition to Offering Proposals on Limiting Emissions". *Wall Street Journal*. pg.A.4.
- Fields, S. (2002). "[Sustainable Business Makes Dollars and Cents](#)". *Environmental Health Perspectives*, Vol.110, No.3, pp.A142-A145.
- Fry, L. W., G. D. Keim, R. E. Meiners (1982). "[Corporate Contributions: Altruistic or for Profit?](#)" *The Academy of Management Journal*, Vol.25, No.1, pp. 94–106.
- Grace, D., S. Cohen (2005). *Business Ethics: Australian Problems and Cases*. Oxford University Press. [ISBN 0195507940](#).
- International Court of Justice. "[How the Court Works](#)".
- Pitts, C. (ed.), M. Kerr, R. Janda, & C. Pitts (2009) [Corporate Social Responsibility: A Legal Analysis](#) (Toronto: LexisNexis). [ISBN 9780433451150](#).
- Roux, M. (2007). "Climate conducive to corporate action: 1 All-round Country Edition". *The Australian*. Canberra, A.C.T. pg.14. [online article](#)
- Sacconi, L. (2004). [A Social Contract Account for CSR as Extended Model of Corporate Governance \(Part II\): Compliance, Reputation and Reciprocity](#). *Journal of Business Ethics*, No.11, pp. 77–96.
- Sullivan, N.; R. Schiafo (2005). [Talking Green, Acting Dirty](#) (Op-Ed). *New York Times*, June 12, 2005.
- Sun, William (2010), *How to Govern Corporations So They Serve the Public Good: A Theory of Corporate Governance Emergence*, New York: Edwin Mellen, ISBN: 9780773438637.
- Thilmany, J. 2007. "[Supporting Ethical Employees](#)." *HR Magazine*, Vol. 52, No.2, September 2007, pp. 105–110.
- Tullberg, S., J. Tullberg (1996). "[On Human Altruism: The Discrepancy between Normative and Factual Conclusions](#)". *Oikos*, Vol.75, No.2, pp. 327–329.
- Visser, W., D. Matten, M. Pohl, N. Tolhurst (eds.) (2008). [The A to Z of Corporate Social Responsibility](#). Wiley. [ISBN 978-0-470-72395-1](#).

[edit] Further reading



This article's [further reading](#) may not follow Wikipedia's [content policies](#) or [guidelines](#).

Please [improve this article](#) by removing excessive, less relevant or many publications with the [same point of view](#); or by incorporating the relevant publications into the body of the article through appropriate [citations](#).

- Baker, Mallen. "[Arguments against Corporate Social Responsibility](#)". *Business Respect*. <http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/against.html>. Retrieved 2008-03-07.
- Carroll, A.; A. Buchholtz (2006). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 6th ed. Mason, OH: Thomson/South-Western. ISBN 0324225814.
- Carroll, A. (1998). "The Four Faces of Corporate Citizenship". *Business and Society Review*. September, vol. 100, no. 1, pp. 1–7
- Cavett-Goodwin, David (2007-12-03). "[Making the Case for Corporate Social Responsibility](#)". *Cultural Shifts*. <http://culturalshifts.com/archives/181>. Retrieved 2008-03-07.
- Clarkson, M. (1995). "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance". *Academy of Management Review*. Vol.20, pp. 92–117.
- Davis, K.; R. Blomstrom (1975). *Business and Society: Environment and Responsibility*, New York: McGraw-Hill. ISBN 0070155240.
- Farnham Castle. "[Corporate Social Responsibility: New Fad or Necessity](#)". http://www.intercultural-training.co.uk/articles/general/corporate_social_resp.asp. Retrieved 2008-03-07.
- "[Ian Davis on business and society](#)". *The Economist*. 2005-05-26. http://www.economist.com/printedition/displayStory.cfm?Story_ID=4008642. Retrieved 2008-03-07. - advantages and limitations of CSR
- Feltus, C.; Petit, M. (2009). "Building a Responsibility Model Including Accountability, Capability and Commitment", *Proceedings of the Fourth International Conference on Availability, Reliability and Security*, Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE), Fukuoka, 2009. [Building a Responsibility Model Including Accountability, Capability and Commitment](#)
- Fombrun, C. (2000). "The value to be found in corporate reputation". *Financial Times*, December 4, 2000.
- Griffin, J.; J. Mahon (1997). "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate", *Business and Society*. Vol. 36. pp. 5–31.
- Holton, Glyn A.. "[Investor Suffrage Movement](#)" (PDF). *Financial Analysts Journal* **62** (6). <http://www.contingencyanalysis.com/home/papers/suffrage.pdf>. Retrieved 2008-03-07.
- Habisch, A; Jonker, J.; Wagner, M; Schmidpeter, R.(2005): Corporate Social Responsibility Across Europe. Springer. ISBN 3-540-23251-6.
- International Business Report (2008). [Corporate Social Responsibility: a necessity not a choice](#), Grant Thornton.
- Jastram, Sarah (2007). "The Link Between Corporate Social Responsibility and Strategic Management". *CIS Papers* No.17. Centre of International Studies, Hamburg.
- Lin-Hi, Nick (2008). "[Corporate Social Responsibility: An Investment in Social Cooperation for Mutual Advantage](#)", Wittenberg Center for Global Ethics Discussion Paper 2008-6.
- Maignan, I., O. Ferrell, G. Tomas (1999). "Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits". *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.27, No.4, pp. 455–469.
- Maignan, I., O. Ferrell (2001). "Corporate citizenship as a marketing instrument". *European Journal of Marketing*. Vol.35, No.3/4, pp. 457–484
- Matten, D., A. Crane, W. Chapple (2003). "Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship". *Journal Business Ethics*, Vol.45, No.1, p. 109.
- Menon, A., A. Menon (1997). "Enviropreneurial marketing strategy: the emergence of corporate environmentalism as marketing strategy". *Journal of Marketing*, Vol.61, pp. 51–67.

- "Millennium Poll on Corporate Responsibility", Environics International Ltd., in cooperation with The Prince of Wales Trust, September 1999.
- Jones, I., M. Pollitt, D. Bek (2006). "[Multinationals in their communities: A social capital approach to corporate citizenship projects](#)", University of Cambridge Working Paper 337.
- Manne, Henry G. (2006-11-24). "[Milton Friedman Was Right](#)". *The Wall Street Journal*. <http://www.opinionjournal.com/editorial/feature.html?id=110009295>. Retrieved 2008-03-07.
- Milchen, Jeff (May, 2000). "[Inherent Rules of Corporate Behavior](#)". *ReclaimDemocracy.org*. http://reclaimdemocracy.org/corporate_accountability/corporations_cannot_be_responsible.html. Retrieved 2008-03-07.
- Norman, Wayne; Chris MacDonald. "[Triple Bottom Line: a Critique](#)". <http://www.businessethics.ca/3bl>. Retrieved 2008-03-07.
- Porter, Michael; Mark Kramer. "[The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility](#)" (PDF). *Harvard Business Review*. http://harvardbusinessonline.hbsp.harvard.edu/email/pdfs/Porter_Dec_2006.pdf.
- Rowe, James (2005-01-01). "[Corporate Social Responsibility as Business Strategy](#)". *CGIRS-Reprint-2005-08*. Center for Global, International, and Regional Studies, [University of California, Santa Cruz](#). <http://repositories.cdlib.org/cgirs/reprint/CGIRS-Reprint-2005-08/>. Retrieved 2008-03-07.
- Sen, Sankar, C. B. Bhattacharya and Daniel Korschun (2006). "The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple Stakeholder Relationships: A Field Experiment." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2), 158-66.
- SMEs Focus. "[Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility \(CSR\)](#)".
- Spence, L.; Habisch, A.; Schmidpeter R. (Editors) (2004). *Responsibility and Social Capital. The World of Small and Medium Sized Enterprises*. Palgrave. [ISBN 0-333-71459-8](#).
- Visser, Wayne, Dirk Matten, Manfred Pohl, and Nick Tolhurst (Editors) (2007). *The A to Z of Corporate Social Responsibility*. London, England; New York, NY: Wiley. [ISBN 978-0-470-72395-1](#).
- Waddell, S. (2000). "New institutions for the practice of corporate citizenship: Historical Intersectoral, and Developmental Perspectives". *Business and Society Review*, Vol.105, pp. 323–345.
- Wartick, S., P. Cochran (1985). "The Evolution of the Corporate Social Performance Model". *Academy of Management Review*, Vol.10, p. 767.
- Wheeler, David; Maria Sillanpää (1997). *The Stakeholder Corporation: a blueprint for maximizing stakeholder value*. London: Pitman. [ISBN 0273626612](#).
- Wood, D. (1991). "Corporate Social Performance Revisited". *Academy of Management Review*, Vol.4, pp. 691–718.
- World Business Council for Sustainable Development (2001), [The Business Case for Sustainable Development: Making a difference toward the Johannesburg Summit 2002 and beyond](#).
- World Business Council for Sustainable Development (2000), [Corporate Social Responsibility: Making good business sense](#).
- World Business Council for Sustainable Development (1999), [Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectations](#).

Retrieved from "http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility"

[Categories: Social responsibility](#) | [Social ethics](#) | [Business ethics](#)

- [**Corporate Social Responsibility - Startseite**](#)

zur Präsentation von Initiativen und Vernetzung der Akteure stellt die gemeinsame Plattform des BDA und BDI Referenzen und weitergehende Informationen zur ...

www.csrgermany.de/ - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

CSR Germany – deutsche Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung

Die beiden Spitzenorganisationen der deutschen Wirtschaft, die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), stellen der Öffentlichkeit dieses Internetportal zur Verfügung, um das umfassende gesellschaftliche Engagement der Unternehmen darzustellen, ein Netzwerk der CSR-Akteure zu schaffen und den Erfahrungsaustausch zu fördern.

- [**Corporate Social Responsibility - Über CSR**](#)

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Bestandteil der Nachhaltigkeitsdiskussion. Es ist ein Konzept unternehmerischer Verantwortung, ...

www.csrgermany.de/.../66DF9DF1BB26274DC1256F00002D8E4C - [Im Cache](#)

Die Plattform des Bundesministerium für Arbeit und Soziales <http://www.csr-in-deutschland.de/portal/generator/1836/startseite.html>

http://www.csr-in-deutschland.de/portal/generator/6150/__glossar.html

- [**Corporate Social Responsibility: Ausgestaltung und Steuerung von ... - Google Buchsuche-Ergebnisseite**](#)

Matthias Münstermann - 2007 - Business & Economics - 236 Seiten

A. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung als Herausforderung an die Unternehmensführung. Bedeutung der gesellschaftlichen Verantwortung von ...

books.google.de/books?isbn=3834905631...

- [**Corporate Social Responsibility \(CSR\) - DGB**](#)

Corporate Social Responsibility (CSR), zu deutsch die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, ist in Deutschland zu einem wichtigen Thema geworden. ...

www.dgb.de/themen/csr/index_html - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**Corporate social responsibility - Wikipedia. the free encyclopedia**](#)

- [[Diese Seite übersetzen](#)]

Corporate social responsibility (CSR), also known as corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business, sustainable responsible business ...

en.wikipedia.org/.../Corporate_social_responsibility - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**CSR NEWS. The Corporate Social Responsibility Network.**](#)

Leading internet platform on *corporate social responsibility (CSR)*: news, directory, search, literature.

www.csr-news.net/ - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**Corporate Social Responsibility \(CSR\) - Sustainable and ...**](#)

- [[Diese Seite übersetzen](#)]

von M Kramer - [Zitiert durch: 7](#) - [Ähnliche Artikel](#)

European Commission - Enterprise and Industry - This page provides information on *corporate social responsibility*.

ec.europa.eu/.../corporate-social-responsibility/index_en.htm - [Im Cache](#)

- [Rat für Nachhaltige Entwicklung : Corporate Social Responsibility](#)

Der Rat beschäftigt sich seit 2005 mit der unternehmerischen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung (*Corporate Social Responsibility*, CSR) und hat ...

www.nachhaltigkeitsrat.de/.../corporate-social-responsibility/ - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [News-Ergebnisse für "Corporate Social Responsibility"](#)



[T'azur Named Best Islamic Insurance Company For Corporate Social ...](#) - vor 3 Stunden gefunden

The award recognizes and honors companies for their projects and programs in *corporate social responsibility*, and is backed by AAOIFI, the Accounting and ...

Al-Bawaba - [5 weitere Artikel »](#)

[Bertelsmann Stiftung | Corporate Social Responsibility](#)

Die Bertelsmann Stiftung will mit dem Projekt "Corporate **Social Responsibility**" eine Brücke schlagen zwischen der wirtschaftlichen Praxis und den ...

www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xchg/bst/hs.xml/prj_5982.htm - 53k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Corporate Social Responsibility](#)

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Konzept gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, das die Aspekte der Nachhaltigkeit aufnimmt und ...

www.bdi-online.de/de/fachabteilungen/1499.htm -

17.100 für "Corporate Social Responsibility " Ernährung (03.02.10)

- [BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie ...](#)

Wir erfüllen tägliche Bedürfnisse nach *Ernährung*, Hygiene und Körperpflege mit Marken, die den Menschen dabei helfen, sich gut zu fühlen, gut auszusehen und ...

www.bve-online.de/politik/csr/unilever/ - [Im Cache](#)

[Corporate Social Responsibility in der Ernährungsindustrie](#)

http://www.bve-online.de/politik/csr/nachhaltigkeit_einleitung/

Corporate Social Responsibility (CSR) ist Ausdruck unternehmerischer Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und den Stakeholdern des eigenen Unternehmens. Unternehmerisches Handeln bewegt sich dabei im Dreiklang von wirtschaftlicher Wettbewerbsfähigkeit, ökologischer Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit.

Die Ernährungsindustrie ist für die Herstellung ihrer qualitativ hochwertigen Lebensmittel auf eine dauerhaft intakte Umwelt angewiesen. Ressourcenschonende, energieoptimierte und emissionsarme Produktionsprozesse sind mittlerweile Pflicht für die Unternehmen. Nachhaltiges Wirtschaften ist angesichts langfristig steigender Rohstoff- und Energiepreise nicht nur eine gesamtwirtschaftliche Aufgabe sondern auch eine Frage der betriebswirtschaftlichen Vernunft, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die soziale Dimension von Nachhaltigkeit erfordert den verantwortungsbewussten Umgang mit Lieferanten, Mitarbeitern und Kunden – letztlich allen, die an der Wertschöpfungskette Lebensmittel beteiligt sind.

Eine langfristig ausgerichtete Unternehmensführung respektiert die immer deutlicher artikulierten Wünsche der Verbraucher nach Einhaltung ethischer Grundsätze, ökologischer und sozialer Standards und wird damit auch wirtschaftlich erfolgreich sein. In dieser Überzeugung handeln traditionsreiche Familienunternehmen und erfolgreiche Weltkonzerne der Ernährungsindustrie seit vielen Jahren.

Die BVE hat nachstehend einige der zahlreichen CSR-Aktivitäten der Unternehmen und Branchen der Ernährungsindustrie beispielhaft aufgeführt.

[zur Übersicht](#)

- **[BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie ...](#)**

In Deutschland sind für uns *Ernährung* und Sport, Bewegungsspiel und -spaß untrennbar miteinander verbunden, was wir seit Jahrzehnten durch Packungs-Beilagen ...

www.bve-online.de/politik/csr/kellog/ - [Im Cache](#)

[Weitere Ergebnisse anzeigen von www.bve-online.de](#)

- **[BMELV - Markt und Recht - Corporate Social Responsibility](#)**

Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet, dass Unternehmen über ihr ... Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

www.bmelv.de/.../Markt.../CSREinfuehrung.html - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- **[BMELV - Publikationen - Verbraucherleitfaden zum Thema Corporate ...](#)**

Der Verbraucherleitfaden zum Thema *Corporate Social Responsibility* gibt ... Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

www.bmelv.de/cln_135/.../VerbraucherleitfadenCSR.html - [Im Cache](#)

[Weitere Ergebnisse anzeigen von www.bmelv.de](#)

- [PDF]

[**Corporate Social Responsibility**](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

McDonald's Fokusthema: *Corporate Social Responsibility*. Seite 5. Ausgewogene. *Ernährung* und. Bewegung fördern. Sich richtig *ernähren* und bewegen – das ist ...

www.mcdonalds.at/presse/maps/Pressemappe_McDonalds_CSR.pdf - [Ähnlich](#)

- [**Corporate Social Responsibility - McDonald's Deutschland Inc...**](#)

Als Mitglied der Plattform *Ernährung* und Bewegung setzt sich McDonald's für einen ... Einen weiteren Schwerpunkt stellt die *Ernährungsbildung* dar: In einer ...

www.csrgermany.de/.../5E5DA30182644D83C125714500313D1A?... - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**Ernährung : Literatur**](#)

Ernährung. Zum Schlagwort *Ernährung* sind 30 Bücher im Verlag Dr. Kovač erschienen. ... *Corporate Social Responsibility* – Adipositas als Herausforderung für ...

www.verlagdrkovac.de/Literatur/ernaehrung.htm - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**Corporate Social Responsibility/Sponsoring: Capri-Sonne**](#)

Corporate Social Responsibility/Sponsoring ... Capri-Sonne engagiert sich vor allem in den Bereichen gesunde *Ernährung*, Bewegung und soziale Kompetenz. ...

www.capri-sonne.de/.../corporate-social-responsibilitysponsoring.html - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

- [**Für die Presse - Presseinformationen - Anuga**](#)

14. Okt. 2009 ... Beteiligt waren das Bundesministerium für *Ernährung*, ... Das Thema des hochklassigen Meetings - "*Corporate Social Responsibility*" - wurde im ...

www.anuga.de/.../pressemeldungen.php?... - [Im Cache](#)

- [**Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen : KnackPunkt ...**](#)

Schwerpunkt: Förderung des *Ernährungsbewusstseins*: Settingansätze für Migranten Oktober 2008.

Schwerpunkt: *Corporate Social Responsibility* in Deutschland: ...

www.vz-nrw.de/link7910A.html - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)