

Inhalt

Management Summary	7
Abbildungsverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis	12
1 Einleitung	13
1.1 Relevanz des Themas	15
1.2 Ziel und Aufbau der Studie	16
1.3 Bestimmung zentraler Begriffe	18
1.3.1 Corporate Social Responsibility (CSR)	18
1.3.2 Die europäische Begriffssystematik für CSR	21
1.3.3 Corporate Social Performance (CSP)	23
1.3.4 Corporate Financial Performance (CFP)	24
1.3.5 Der <i>Business Case von CSR</i>	24
1.3.6 Moderatorvariablen	25
1.3.7 Mediatorvariablen	26
2 Konzeptionelle Grundlagen der Untersuchungen über die Beziehung zwischen wirtschaftlichem Erfolg und CSR	29
2.1 Anforderungen aus dem wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Unternehmensumfeld	29
2.2 Die Beziehung zwischen wirtschaftlichem Erfolg und CSR im Spiegel der Managementtheorien	34
2.2.1 Restriktive Standpunkte	34
2.2.2 Affirmative Standpunkte	37
3 Stand der Forschung – empirische Erkenntnisse über die Beziehung zwischen wirtschaftlichem Erfolg und CSR	53
3.1 Konzeptionelle Grundlagen der empirischen Forschung	53

3.1.1	Einstellungs- bzw. wahrnehmungsbasierte Messungen...	55
3.1.2	Performancebasierte Messungen.....	56
3.1.3	Messungen, die auf Inhaltsanalysen von Unternehmensveröffentlichungen basieren.....	56
3.1.4	Übergreifende Ratings und aggregierte Indizes.....	57
3.1.5	Meta-Analysen.....	58
3.2	Ergebnisse empirischer Studien.....	59
3.3	Bewertung empirischer Studien.....	68
3.3.1	Schwächen der Primärstudien.....	68
3.3.2	Rückschlüsse aus dem Forschungsstand.....	71
4	Forschungsansätze auf Basis des Forschungsstands und der identifizierten Schwächen.....	75
4.1	Die „psychometrische Meta-Analyse“ von <i>Orlitzky et al.</i>	75
4.2	Der „bessere` Business Case jenseits rein ökonomischer Konzepte“ von <i>Kurucz et al.</i>	81
4.3	Die „methodologisch differenzierte Analyse des CSP/CFP- Links“ von <i>Schreck</i>	87
5	Diskussion und Ausblick.....	99
5.1	Diskussion.....	99
5.2	Ausblick.....	111
	Literaturverzeichnis.....	117