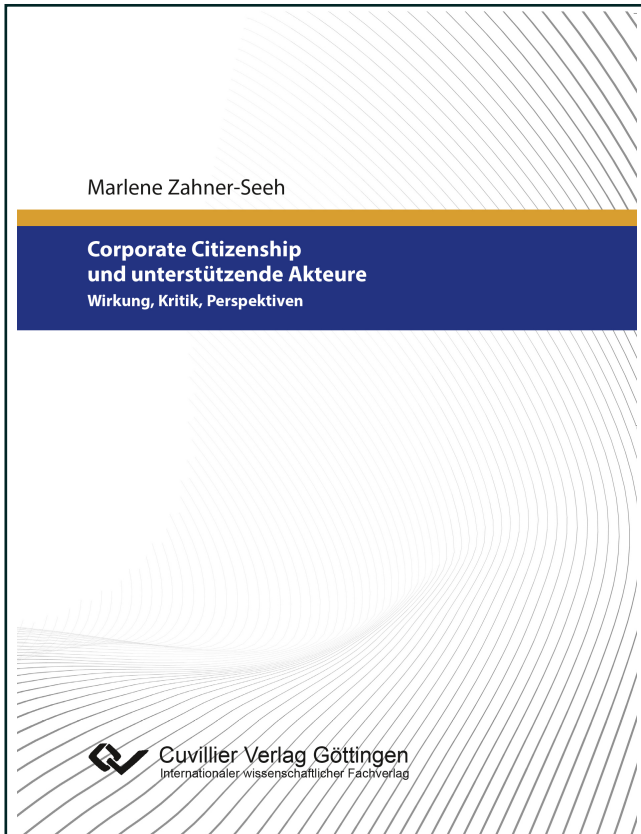




Marlene Zahner-Seeh (Autor)  
**Corporate Citizenship und unterstützende Akteure**  
Wirkung, Kritik, Perspektiven



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/8492>

Copyright:  
Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany  
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	v
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	ix
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	xi
<b>Gender-Klausel</b> .....	xii
<b>Abstract</b> .....	xv
<b>1 Einleitung</b> .....	1
1.1 Hinführung zum Thema .....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsgegenstand .....	3
1.3 Forschungsmethodik .....	5
1.4 Stand der Forschung und Forschungsliteratur .....	9
1.5 Aufbau der Arbeit .....	12
<b>Teil I: Grundlegende Wirkungsforschung unterstützender Akteure im Kontext Corporate Citizenship (CC-Mittler)</b> .....	17
<b>2 Begriffsverständnis Corporate Citizenship</b> .....	17
2.1 Einleitung .....	17
2.2 Theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff Corporate Citizenship .....	17
2.2.1 Verbreitete CC-Definitionen im deutschsprachigen Raum (später dem eingeschränkten CC-Verständnis zugeordnet) .....	17
2.2.2 Differenzierung in drei CC-Ansätze (mittels Außenabgrenzung zum CSR-Konzept) .....	20
2.2.3 CC-Ansätze auf Grundlage des Bürgerbegriffs (erweitertes CC-Verständnis) .....	27
2.3 Corporate Citizenship in der unternehmerischen Praxis .....	60
2.3.1 Einleitung .....	60
2.3.2 Hauptakteure von Corporate Citizenship (inkl. Begriffsdefinition Gesellschaft) .....	60
2.3.3 Praktische Umsetzungsvielfalt von Corporate Citizenship (CC-Instrumente) .....	67
2.3.4 Strategische Ausrichtung des CC-Engagements der deutschen Unternehmen und die damit eingenommenen Rollen (Studie) .....	74
2.3.5 Zielgrößen (Nutzen) von Corporate Citizenship .....	75
2.4 Fazit und zentrale Erkenntnisse dieses Kapitels .....	90
<b>3 Theoretisch-deduktive Wirkungsforschung zu unterstützenden Akteuren im Kontext Corporate Citizenship auf Grundlage der Transaktionskosten- und Intermediationstheorie (Rolle: Intermediär)</b> .....	97
3.1 Forschungsbeschreibung zum ersten Forschungsteil der Arbeit (Kapitel 3, 4 und 5) .....	97
3.2 Forschungsbeschreibung des theoretisch-deduktiven Forschungsteils auf Grundlage der Transaktionskosten- und Intermediationstheorie .....	100
3.3 Theoretische Grundlagen .....	102
3.3.1 Einleitung .....	102
3.3.2 Transaktionskostentheorie (Teil 1) .....	102
3.3.3 Intermediationstheorie .....	110
3.4 Anwendung für den Kontext Corporate Citizenship: Erschließung der Aufgaben von CC-Mittlern sowie der Relevanz von Transaktionskosten .....	121
3.4.1 Einleitung .....	121
3.4.2 Aufgaben von CC-Mittlern als Intermediäre .....	121

3.4.3	Relevanz Transaktionskosten(-theorie) für den Kontext Corporate Citizenship (auf Grundlage der Dimension Unsicherheit).....	133
3.5	Anwendung für den Kontext Corporate Citizenship: Wirkung von CC-Mittlern als Intermediäre (Wirkungsforschung CC-Intermediäre).....	151
3.5.1	Einleitung.....	151
3.5.2	Zentrale Wirkungen von CC-Intermediären: Reduzierung der Transaktionskosten.....	151
3.5.3	Weitere Wirkungen von CC-Intermediären (abgeleitet von den Kosteneffekten).....	187
3.5.4	Zusammenfassung der Wirkungen von CC-Intermediären.....	201
3.6	Fazit und zentrale Erkenntnisse dieses Kapitels.....	202
<b>4</b>	<b>Theoretisch-deduktive Wirkungsforschung zu unterstützenden Akteuren im Kontext Corporate Citizenship auf Grundlage der Literaturrecherche (Rolle: Beziehungspromotor).....</b>	<b>205</b>
4.1	Einleitung und Forschungsbeschreibung (insb. Forschungsinstrument).....	205
4.2	Überblick Literatur zu CC-Mittlern (Literatursuche) sowie erste Positionierungen zu CC-Mittlern.....	207
4.3	Beschreibung der CC-Mittler anhand von Rollenbildern aus der Literatur (Literatúrauswertung).....	210
4.3.1	Einleitung.....	210
4.3.2	Erläuterung CC-Mittler als „Grenzgänger“ (Endres/Wehner).....	210
4.3.3	Erläuterung CC-Mittler als „Brückenbauer“ (Jakob, Janning, Placke).....	214
4.3.4	Erläuterung CC-Mittler als „Promotor“ (Vorbohle).....	216
4.3.5	Zusammenfassung und Fazit (Beschreibung CC-Mittler in der Literatur).....	218
4.4	Erörterung der zentralen Wirkung von CC-Mittlern als Beziehungspromotoren: CC-Kooperationsunterstützung (Analyse und Interpretation der Literaturrecherche).....	220
4.4.1	Einleitung.....	220
4.4.2	Erörterung der Relevanz einer kooperationsunterstützenden Rolle bei CC-Aktivitäten (anhand der Unterschiede zwischen Unternehmen und NGOs).....	220
4.4.3	Erschließung entscheidender Faktoren zu Unterstützung von Kooperation zwischen Unternehmen und NGOs.....	239
4.5	Zusammenfassung der Erkenntnisse dieses Kapitels.....	252
4.6	Fazit und zentrale Erkenntnis der theoretisch-deduktiven Wirkungsforschung: Vergleich der beiden Rollen von CC-Mittlern (Intermediär und Beziehungspromotor).....	254
<b>5</b>	<b>Empirische Wirkungsforschung zu unterstützenden Akteuren im Kontext Corporate Citizenship.....</b>	<b>259</b>
5.1	Forschungsbeschreibung empirische Wirkungsforschung.....	259
5.1.1	Übergang theoretisch-deduktive zur empirischen Wirkungsforschung (Verwendung des theoretischen Vorwissens).....	259
5.1.2	Zielsetzung, Ablauf und Instrumente der empirischen Forschung.....	260
5.1.3	Forschungsmethodik (Grounded Theory als Grundlage der empirischen Forschung).....	262
5.2	Übersicht bestehender CC-Mittler in Deutschland.....	264
5.3	Dokumentenanalyse CC-Mittler in Deutschland (inkl. Typenbildung).....	267
5.3.1	Forschungsbeschreibung (Forschungsinstrument, Befragte, Quellen).....	267
5.3.2	Typenbildung CC-Mittler in Deutschland (Strukturierung).....	268
5.3.3	Beschreibung einzelner CC-Mittler (Fokus: Leistungsangebot).....	273
5.3.4	Zusammenfassung der Ergebnisse: Leistungsangebot der CC-Mittler in Deutschland.....	307
5.3.5	Fazit und zentrale Erkenntnisse der Dokumentenanalyse (Leistungen der CC-Mittler).....	308

5.4	Befragung der CC-Mittler in Deutschland zu Aufgaben, Ziele und Rollen .....	309
5.4.1	Forschungsbeschreibung .....	309
5.4.2	Ergebnisse der empirischen Befragung (Fokus: Aufgabenfelder der Mittler).....	314
5.4.3	Fazit und zentrale Erkenntnisse der Befragung (Aufgabenfelder der CC-Mittler)....	321
5.5	Fazit und zentrale Erkenntnisse dieses Kapitels (u.a. Wirkung der existierenden CC-Mittler in Deutschland).....	323
5.5.1	Erschließung der zentralen Wirkung der in Deutschland bestehenden CC-Mittler auf Grundlage der empirischen Wirkungsforschung (Rollenzuordnung) .....	323
5.5.2	Weitere Erkenntnis der empirischen Forschung: CC-Verständnis der Mittler .....	329
5.5.3	Zusammenfassung der Erkenntnisse der empirischen Forschung (Annahmen) .....	331
<b>6</b>	<b>Zwischenfazit (Fazit zum ersten Forschungsteil der Arbeit) und Theoriebildung</b>	
<b>Teil I</b>	<b>.....</b>	<b>333</b>
6.1	Zusammenfassung der Forschungserkenntnisse des ersten Forschungsteils .....	333
6.2	Theoriebildung Teil I: Wirkungsforschung auf Grundlage der Erschließung des Zusammenhangs zwischen den Mittlerrollen und den CC-Verständnissen .....	338
6.2.1	Vorgehensweise .....	338
6.2.2	Zusammenhang zwischen der Spezifität von CC-Transaktionen und den drei Institutionsformen (Bestimmung der optimalen Institution im Kontext Corporate Citizenship) .....	339
6.2.3	Zusammenhang zwischen der Institutionsform und der Rolle der CC-Mittler.....	346
6.2.4	Zusammenhang zwischen der Spezifität von CC-Transaktion und den drei CC-Verständnissen .....	359
6.2.5	Gesamtzusammenhang zwischen CC-Verständnis, Institution und Mittler-Rolle (Darlegung der Theorie).....	360
6.2.6	Weitere Erkenntnis auf Grundlage der Theoriebildung (Gesamtzusammenhang): Blockierende Elemente der Institution Markt und der Mittlerrolle Intermediär für ein erweitertes Corporate Citizenship .....	367
6.3	Fazit und zentrale Erkenntnis dieses Kapitels .....	373
<b>Teil II: Spezielle Wirkungsforschung unterstützender Akteure im Kontext eines ganzheitlichen Corporate Citizenship</b>	<b>.....</b>	<b>375</b>
<b>7</b>	<b>Begriffsverständnis ganzheitliches Corporate Citizenship (als spezielle Form des erweiterten Corporate Citizenship).....</b>	<b>375</b>
7.1	Einleitung.....	375
7.2	Beschreibung der zentralen Merkmale .....	377
7.3	Wirtschaftsethischer Hintergrund .....	383
7.4	Abgrenzung zum eingeschränkten und gleichwertigen CC-Ansatz .....	388
7.5	Transaktionskostentheorie bezogen auf ein ganzheitliches Corporate Citizenship (insbesondere institutionelle Ausgestaltung) .....	391
7.6	Zusammenfassung.....	396
<b>8</b>	<b>Forschungsteil 2: Forschung zu ganzheitlichem Corporate Citizenship.....</b>	<b>399</b>
8.1	Einleitung .....	399
8.2	Forschungsbeschreibung.....	400
8.2.1	Forschungsfragen und -ziele .....	400
8.2.2	Forschungsmethodik und -instrumente .....	402
8.2.3	Erläuterung der Dynamik-Hypothese .....	403
8.3	Theoretisch-deduktive Forschung zur Förderung eines ganzheitlichen Corporate Citizenship (Theorie zur Organisationsentwicklung und zum organisationalen Lernen).....	409

---

8.3.1	Übersicht und Vorgehensweise.....	409
8.3.2	Forschungsbereich 1: Grundlegendes zur Organisationsentwicklung und dem organisationalen Lernen .....	409
8.3.3	Forschungsbereich 2: Vertiefung organisationales Lernen (Entwicklungs- und Lernprozesse).....	416
8.3.4	Fazit theoretisch-deduktiven Forschung zur Fragestellung, „Wie“ ein ganzheitliches Corporate Citizenship gefördert werden kann .....	425
8.3.5	Forschungsbereich 3: Berater für organisationales Lernen (Change Agents) .....	427
8.3.6	Fazit theoretisch-deduktiven Forschung zur Fragestellung, „mit wem“ ein ganzheitliches Corporate Citizenship gefördert werden kann (Zusammenfassende Beschreibung ganzheitlicher CC-Berater) .....	434
8.4	Empirische Forschung zur Förderung eines ganzheitlichen Corporate Citizenship: Befragung CC-Mittler und ganzheitliche CC-Berater .....	437
8.4.1	Forschungsbeschreibung .....	437
8.4.2	Forschungsbereich 1: Aufgaben und Rollen (inkl. Ziele).....	445
8.4.3	Forschungsbereich 2: CC-Verständnis.....	460
8.4.4	Forschungsbereich 3: Lern- und Entwicklungsprozesse (insbesondere Double-Loop -Learning) .....	471
8.4.5	Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Forschung.....	498
8.5	Zusammenfassung der Erkenntnisse des zweiten Forschungsteils.....	502
8.6	Theoriebildung Teil 2 .....	506
8.6.1	Einleitung .....	506
8.6.2	Theoriebildung Teil 2.1: Differenzen zwischen ganzheitlichen CC-Beratern und CC-Mittlern (Rollen).....	506
8.6.3	Theoriebildung Teil 2.2: Erschließung der zukünftigen Rolle und Positionierung der CC-Mittler.....	510
<b>Teil III: Zusammenfassung, Limitationen und abschließende Gedanken.....</b>		<b>521</b>
<b>9</b>	<b>Gesamtfazit.....</b>	<b>521</b>
9.1	Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse dieser Arbeit .....	521
9.2	Limitationen der Arbeit (inklusive Methodenreflektion) .....	528
9.3	Abschließende Gedanken.....	530
<b>Literaturverzeichnis.....</b>		<b>535</b>
<b>Anhang .....</b>		<b>559</b>