

Glossar

zum Buch

Corporate Social Responsibility

von

Rolf Brühl

(Verlag Franz Vahlen, 2018)

Dieses Dokument enthält die 71 Schlüsselwörter in alphabetischer Reihenfolge, die jeweils am Ende der acht Kapitel des Buchs aufgelistet sind. Sie werden meist wörtlich aus dem Text übernommen, nur leicht verändert und überarbeitet.

Anreiz

Anreize sind Bedingungen in der Umwelt des Individuums, die es veranlassen sollen, in einer bestimmten Art und Weise zu handeln, weil sie mit der Motivation von Individuen verbunden sind. Unterschieden werden finanzielle von nicht-finanziellen Anreizen. Typische Beispiele sind für finanzielle Anreize fixe und variable Gehälter, für nicht-finanzielle Anreize sind dies interessante Arbeitsaufgaben oder ein gutes Betriebsklima.

Anreizsystem

Ein Anreizsystem ist die Gesamtheit der verschiedenen Instrumente, mit denen → Anreize in einem Unternehmen installiert werden, in einer bestimmten Art und Weise zu handeln.

Balanced Scorecard

Mit der Balanced Scorecard ist eine Integration verschiedener Ziele (finanziell und nicht-finanziell) beabsichtigt. Sie ist ein Instrument, um die Strategie des Unternehmens umzusetzen. Sie besteht aus vier Perspektiven: Finanz-, Kunden-, Prozess- und Potentialperspektive.

Base-of-Pyramid-Strategie

Base-of-the-Pyramid-Strategien (BoP-Strategien) sind primär Marktstrategien, die sich auf die untere Einkommensgruppe der Weltbevölkerung richten. Ihr Ziel ist es, dauerhafte Wettbewerbsvorteile zu erlangen, mit denen langfristig Gewinne für das Unternehmen erwirtschaftet werden (London und Hart, 2011, 31).

Berichterstattung, integrierte

Integrierte Berichterstattung ist ein Prozess, der auf integriertem Denken beruht, und der in einem periodischen Bericht einer Organisation über die Entwicklung der Wertschaffung mündet. Eine Vereinheitlichung ergibt die Möglichkeit einer gemeinsamen Betrachtung des Stands und der Entwicklung von ökologischem, ökonomischem und sozialem → Kapital.

Betriebslizenz

Unter der Betriebslizenz (licence to operate) wird die Zustimmung auf Basis eines ideellen Vertrags durch die Gesellschaft, insbesondere der → Stakeholder eines Unternehmens, verstanden. Durch Verstöße können Stakeholder veranlasst werden, den ideellen Vertrag zu kündigen.

Business-Case

Unter dem Business-Case von CSR ist die Untersuchung der Frage zu verstehen, ob es einen positiven Zusammenhang zwischen Investitionen in → CSR und dem Gewinn gibt.

Corporate Social Responsibility

Unter Corporate Social Responsibility als gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen wird zum einen die Zuschreibung von → Verantwortung – insbe-

sondere der moralischen, ökologischen, ökonomischen, politischen und rechtlichen Verantwortung – durch die Mitglieder der Gesellschaft, insbesondere der → Stakeholder des Unternehmens, verstanden. Zum anderen ist es die Tugend der Unternehmensmitglieder und einer entsprechenden → Unternehmenskultur, die Konsequenzen der Handlungen auf die Gesellschaft zu berücksichtigen und zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft (inkl. der Wirtschaft) sowie der Erhaltung der Natur beizutragen.

CSR, politische

Politische CSR wird als normatives Programm vorgestellt. Sie fragt, wie Unternehmen in der politischen Arena agieren sollen, um das Gemeinwohl zu fördern. Eine Motivation dieser Ansätze ist die Beobachtung, dass Unternehmen in politischen Arenen agieren, in denen die staatlichen Akteure nicht willens oder nicht fähig sind, wichtige Gestaltungsaufgaben zu übernehmen. Sie stellen daher die Frage, inwieweit Unternehmen diese Leerstelle füllen sollen. → Systemverantwortung

CSR-washing

Mit CSR-washing ist eine Kommunikationsstrategie gemeint, die Unternehmen einsetzen, um ihre Stakeholder bewusst zu verleiten, eine zu positive Überzeugung über die soziale Leistung, insbesondere ihre Prozesse und Produkte, einzunehmen (Pope und Wæraas, 2016, 175). → Greenwashing

Demokratie, deliberative

Eine Demokratie wird als deliberativ bezeichnet, wenn in ihr Entscheidungen durch „argumentativ abwägende, verständigungsorientierte Beratschlagung“ erfolgt (Schmidt, 2010, 237). Sie ist somit eine Demokratietheorie, bei der Partizipation der Bürger eine wesentliche Voraussetzung ist. → Diskursethik

Diskursethik

Die Diskursethik lässt sich den → deontologischen Theorien zuordnen, denn sie beschäftigt sich mit der Frage, unter welchen Bedingungen → Normen in einer menschlichen Gesellschaft akzeptiert werden. Sie knüpft daher an den Prozess der Normbildung an und diskutiert die Bedingungen, unter denen Akteure sich auf → Normen einigen.

Drei-Säulen-Modell

Das Drei-Säulen-Modell besteht aus der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimension (Elkington, 1997, 74ff), es ist auch unter dem Namen Triple-Bottom-Line bekannt. Mit diesem Modell werden Unternehmen angehalten, wenn sie nachhaltig agieren wollen, sich an diesen drei Zieldimensionen auszurichten.

Effektivität

Sie ist eine Aussage über den Grad der Zielerreichung und wird häufig mit der Aufforderung „Tue die richtigen Dinge!“ verbunden. → Effizienz

Effizienz

Sie ist eine Aussage über die Wirtschaftlichkeit und wird häufig mit der Aufforderung „Tue die Dinge richtig!“ verbunden. → Effektivität

Ethik, deontologische

Als Pflichtenethik formuliert die deontologische Ethik Normen, wie allgemein zu handeln ist, um moralisch richtig zu handeln. Als Gebote gelten allgemeine Handlungsregeln wie „Sage die Wahrheit“ oder „Sorge für das Wohl von Menschen“. Sie lassen sich auch als Verbote formulieren „Lüge nicht“ und „Verletze keinen Menschen“. Die deontologische Ethik von Kant schreibt jedoch nicht konkrete Normen vor, sondern entwickelt Prinzipien mit denen Normen untersucht werden können (s. Imperativ, kategorischer).

Ethik, ökonomische

Unter einer ökonomischen Ethik wird eine allgemeine Ethik mit ökonomischer Methode verstanden (Homann und Lütge, 2013, 13). In ihr wird die Normenbegründung mit der Normenimplementierung verknüpft, um zu verhindern, dass unrealistische moralische Forderungen an Akteure gestellt werden.

Ethik, philosophische

Ethik ist eine philosophische Disziplin, die sich mit menschlichen Handlungen beschäftigt und über sie fragt, ob sie moralisch richtig (gut) oder moralisch falsch (schlecht) sind (Lutz-Bachmann, 2013, 14).

Ethik, teleologische

Zentrales Prinzip einer teleologischen Ethik ist es, dass sich der Wert einer Handlung primär an den Ergebnissen einer Handlung bemisst (Hübner, 2014, 211). Als moralisch gut wird daher eine Handlung angesehen, wenn sie überwiegend positive Konsequenzen hat. Hingegen gilt sie als moralisch schlecht, wenn sie überwiegende negative Konsequenzen hat.

Fähigkeitenansatz

Beim Fähigkeitenansatz kommt es nicht auf die Güter an, die ein Individuum besitzt, sondern auf die Möglichkeit mit diesen Gütern etwas zu tun (Befähigungsansatz). Der Ansatz lenkt die Aufmerksamkeit auf die „tatsächlichen Fähigkeiten von Menschen, in dem ihnen zugänglichen Bereich unterschiedliche Lebensformen für sich auszuwählen“ (Sen, 2010, 265).

Gefangenendilemma

Als Gefangenendilemma werden Situationen bezeichnet, bei dem zwei Spieler die Wahl zwischen Kooperation und Nicht-Kooperation haben und jeder seine

Wahl treffen muss, ohne zu wissen, wie sich der Andere verhalten wird (Axelrod, 1987, 7, Suchanek, 2015, 60f).

Gemeinwohlorientierung

Gemeinwohl bezieht sich auf eine kollektive Einheit, so dass es in Gegensatz zum Einzelwohl und Einzelinteresse (Egoismus) gebracht wird. Je nach Betrachtung kann sich das Gemeinwohl auf eine lokale Gemeinschaft, einen Staat oder die Weltgesellschaft beziehen. Eine Gemeinwohlorientierung von Unternehmen richtet sich primär auf ein soziales oder ökologisches Ziel. Soll es ein nachhaltiges Unternehmen sein, dann ist zu beachten, dass auch das ökonomische Kapital erhalten wird.

Geschäftsmodell, nachhaltiges

Ein nachhaltiges Geschäftsmodell beschreibt, wie das Unternehmen positive Beiträge für alle → Stakeholder schafft und gleichzeitig alle drei Kapitalarten (ökologisch, ökonomisch und sozial) erhält (Schaltegger, Hansen und Lüdeke-Freund, 2016, 6). D.h., nachhaltige Geschäftsmodelle sind für gewinn- und → gemeinwohlorientierte Unternehmen gleich relevant.

Glaubwürdigkeit

Als glaubwürdig wird ein Sender angesehen, wenn er wahrhaftig kommuniziert. Sie lässt sich in zwei Dimensionen aufspalten (Hovland, Janis und Kelley, 1953, 21ff): Wahrhaftigkeit und Expertise.

Global Reporting Initiative (GRI)

Das Global Sustainability Standards Board (GSSB) entwickelt und genehmigt die Standards zur Berichterstattung über die Nachhaltigkeit (GRI Sustainability Reporting Standards), mit denen Unternehmen der Öffentlichkeit bekannt geben, wie sich ihre Aktivitäten auf das ökonomische, ökologische und soziale Kapital auswirken. Die derzeit gültigen 36 Standards teilen sich in allgemeine (3), ökonomische (6), ökologische (8) und soziale Standards (19) auf.

Globalisierung

Unter Globalisierung wird die weltweite Vernetzung ökonomischer, sozialer und politischer Aktivitäten verstanden, aus der sich umfangreiche Verflechtungen, Austausch- und Abhängigkeitsbeziehungen zwischen Akteuren ergeben (Giese, Mossig und Schröder, 2011, 14f, Knoll, Gingrich und Kreff, 2011, 126, Niederberger und Schink, 2011, 4f).

Greenwashing

Mit Greenwashing ist eine Kommunikationsstrategie gemeint, die Unternehmen einsetzen, um ihre → Stakeholder bewusst zu verleiten, eine zu positive Überzeugung über die ökologische Leistung, insbesondere ihre Prozesse und Produkte, einzunehmen (Lyon und Montgomery, 2015, 226). → CSR-washing

Imperativ, kategorischer

Der kategorische Imperativ ist das zentrale Kriterium, um Handlungen (Handlungstypen) moralisch zu beurteilen. Kant hat ihn mit zwei Formeln versehen: 1. die Gesetzesformel (Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, daß sie ein allgemeines Gesetz werde) und 2. die Zweckformel (Handle so, daß du die Menschheit, sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden anderen, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchst).

Kapital, ökologisches

Ökologisches Kapital oder natürliches Kapital sind alle natürlichen Ressourcen, auf die das Unternehmen zurückgreift, um seine Ziele zu erreichen.

Kapital, ökonomisches

Das ökonomische Kapital nach der Mittelverwendung von Unternehmen besteht aus verschiedenen Kapitalarten, wie produzierten Gütern (Maschinen oder Materialien), Geld oder Wissen (intellektuelles Kapital).

Kapital, soziales

Unter Sozialkapital werden Beziehungen verstanden, mit denen es einem Akteur möglich ist, auf Ressourcen anderer Akteure zuzugreifen und sie zu nutzen (Coleman, 1990, 302ff, Lin, 2001, 19ff, Koob, 2007, 315).

Kennzahlen

Kennzahlen sind quantitative Größen, mit deren Hilfe Ziele gemessen werden (Brühl, 2016, 425). Sie sind somit nicht mit Zielen zu verwechseln, sondern sie dienen dazu, Ziele zur Steuerung im Unternehmen leichter handhabbar zu machen.

Klimawandel

Das Erdklima ist ein dynamisches System und somit Wandel kein überraschendes Phänomen. Derzeit wird der menschliche Einfluss aufgrund der Verbrennung fossiler Energieträger diskutiert, der mit einer erhöhten CO₂-Konzentration in der Atmosphäre und einer damit verbundenen Erderwärmung für zunehmende Klimavariabilität sorgt (Weber, 2018, 60f).

Kommunikation

Kommunikation wird vereinfacht als ein Prozess betrachtet, bei dem Akteure Mitteilungen aufeinander beziehen, um beispielsweise über einen Sachverhalt zu berichten (Schmidt und Zurstiege, 2007, 38). Dies schließt auch einseitige Kommunikation ein, wie sie z.B. in der Finanzkommunikation üblich ist.

Legitimität

Legitimität gilt als ein zentrales Konstrukt für die soziale Beurteilung von Institutionen. Organisationen werden als legitim eingestuft, wenn sie sich im Einklang mit den Normen und Werten innerhalb eines sozialen Systems befinden –

moralische Dimension der Legitimität – und wenn sie den Interessen des Beurteilenden dienen – instrumentelle Dimension der Legitimität (Suchman, 1995, 578ff).

Lobbyismus

Lobbyismus ist jede Kommunikation zwischen Vertretern eines Unternehmens oder einer Organisation und einem politisch Verantwortlichen mit der Absicht, den politisch Verantwortlichen im Sinne der Interessen des Unternehmens oder der Organisation zu beeinflussen (Bauer, 2017, 38, Wehrmann, 2007, 38ff).

Lobbyismus, verantwortlicher

Verantwortlicher Lobbyismus zeichnet sich durch mindestens zwei wesentliche Eigenschaften aus (Bauer, 2017, 107ff): 1. Es werden nicht nur die Eigeninteressen des Unternehmens verfolgt, sondern es werden auch die Interessen weiterer Stakeholder sowie der Gesellschaft in den Prozess der politischen Willensbildung eingebracht. 2. Das Unternehmen verschreibt sich moralisch akzeptierten Regeln im Prozess der politischen Willensbildung.

Menschenrechte

„Menschenrechte sind die allen Menschen kraft Geburt zustehenden, egalitären und vorstaatlichen Rechte, die auf Achtung, Schutz und Erfüllung an staatliche und überstaatliche Hoheitsgewalt gerichtet sind. Sie beanspruchen universelle Geltung, sind unveräußerlich, unteilbar und interdependent.“ (Fremuth, 2015, 23)

Moral

Moral sind die in einer Gesellschaft geltenden Normen und Werte, die den Akteuren zur Interaktion und Koordination ihres Handelns dienen (Fenner, 2008, 5).

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit bedeutet, dass ökologische, ökonomische und soziale Zieldimensionen als gleichrangig für unternehmerisches Entscheiden und Handeln angesehen werden.

Nachhaltigkeit, schwache

Eine schwache Nachhaltigkeit zeichnet sich dadurch aus, dass in ihr die Substituierbarkeit der drei Kapitalarten erlaubt ist (Ott und Döring, 2011, 117ff).

Nachhaltigkeit, starke

Mit der starken Nachhaltigkeit ist verbunden, dass explizit das Ziel angestrebt wird, dass jede Kapitalart zu erhalten ist und keine Handlung erlaubt ist, bei der eine Kapitalform durch andere Kapitalformen substituiert wird (Ekins, 2014, 59).

Nachhaltigkeitsausschuss

Ein Nachhaltigkeitsausschuss (-board, -komitee) ist häufig mit allen Mitgliedern der obersten Geschäftsführung besetzt. Hinzu kommen in der Regel die Führung

der Abteilungen Nachhaltigkeit, Kommunikation (Public Relation) und Strategieplanung. Es werden überwiegend strategische Themen behandelt und die Zielerreichung analysiert.

Nichtmarktstrategie

Mit Nichtmarktstrategien richtet das Unternehmen seine Aktivitäten auf sein natürliches, soziales, rechtliches und politisches Umfeld (Baron, 2013, 2). Wichtig ist es, Strategien nicht als ein rein passives Instrument der Anpassung anzusehen, sondern auch Nichtmarktstrategien als aktives Instrument aufzufassen, mit dem Unternehmen ihr Umfeld beeinflussen (Wrona und Sinzig, 2015, 61).

Nichtregierungsorganisation (NGO)

Nichtregierungsorganisationen (NGO) sind zivilgesellschaftliche Organisationen und zielen darauf ab, ökologische oder soziale Ziele zu erreichen. Sie sind daher im Gegensatz zu Unternehmen nicht gewinnorientiert. Beispiele für international operierende NGOs: Amnesty International, Greenpeace, Transparency International, WWF.

Normen

Normen sind Vorschriften, sich nach einer Regel zu richten: „Du sollst Menschen nicht verletzen“. Normative Aussagen enthalten daher ein Sollen, eine Aufforderung, in einer bestimmten Weise zu handeln (Gebot) oder nicht zu handeln (Verbot). Sie werden als Gegensatz zu deskriptiven Aussagen betrachtet, die Tatsachen enthalten, wie etwas faktisch ist.

Philanthropie

Unter Philanthropie werden Investitionen in das Sozial- und Humankapital verstanden. Es ist zwar nicht erforderlich, dass sie interessenlos sind. Trotzdem sollte bei ihnen der altruistische Gedanke überwiegen, mit dem die Sorge für andere Menschen verbunden ist (Anheier und List, 2005, 196).

Politik

Im achten Kapitel wird der Begriff der Politikwissenschaft verwendet, in der „Politik als gesellschaftlicher Teilbereich verstanden [wird], der für die Gesamtgesellschaft allgemeinverbindlich Entscheidungen trifft“ (Hoffmann, Dose und Wolf, 2007, 18).

Rechenschaft

Unter Rechenschaft wird verstanden, dass Akteure Erklärungen gegenüber anderen Akteuren abgeben, warum sie bestimmte Handlungen vollzogen haben, und wie es zu bestimmten Ereignissen gekommen ist (Brühl und Kury, 2014, 222). Sie ist die Ergänzung zur Verantwortung: Wer für etwas verantwortlich ist, hat Rechenschaft abzugeben.

Reputation

Reputation ist eine individuelle und kollektive Beurteilung von → Stakeholdern, der auf den eigenen und wahrgenommenen Erfahrungen anderer → Stakeholder mit dem → Unternehmen beruht und sich auf die ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen des → Unternehmens über einen Zeitraum bezieht (Barnett, Jermier und Lafferty, 2006, 34).

Staaten, fragile

Sie zeichnen sich dadurch aus, dass ihre wirtschaftliche, politische und soziale Situation als schwach angesehen wird. Typische Probleme sind ein fehlendes Gewaltmonopol des Staates, Korruption, fehlende Legitimität staatlicher Institutionen und große Einkommensungleichheiten.

Stakeholder

Als Stakeholder sind Individuen oder Gruppen anzusehen, die durch das Handeln von Unternehmen beeinflusst werden oder die durch ihr Handeln das Unternehmen beeinflussen (Freeman, 1984, VI).

Stakeholder-Dialog

Ein Stakeholder-Dialog kann durch verschiedene Formate organisiert sein. Er reicht von einer kleinen Gesprächsrunde bis zum größeren Forum der unmittelbaren Kommunikation, mit der Möglichkeit mehrere Stakeholder-Gruppen zusammen zu bringen.

Stakeholder-Management, Aufgaben

Stakeholder-Management beschäftigt sich mit der systematischen Planung und Kontrolle der Beziehungen zu den wichtigen Interessengruppen des Unternehmens. Idealtypisch lassen sich mehrere Schritte unterscheiden (z.B. in Bourne, 2009, 49ff): Identifizieren, Priorisieren und Engagieren.

Stakeholder-Netzwerk

Unternehmen sind eingebettet in ein Netz von Beziehungen mit Stakeholdern, von denen einige näher und einige ferner im Netz positioniert sind. Der Netzwerkcharakter der Stakeholder-Beziehungen ist ein Ausdruck der Wissensgesellschaft (Sachs und Rühli, 2011, 57ff), der herangezogen wird, um Wissensaustausch zwischen Stakeholdern zu begründen. Zu beachten ist, dass es in jedem Stakeholder-Netzwerk Beziehungen gibt, die auf Wettbewerb und auf Kooperation beruhen.

Stakeholder-Partizipation

Unter Stakeholder-Partizipation werden verschiedene Formen der Beteiligung der Stakeholder an Entscheidungen und Handlungen des Unternehmens verstanden.

Systemverantwortung

Unter Systemverantwortung ist eine Verantwortung zu verstehen, die über die einzelnen Handlungen hinausgeht und sich auf die Institutionen richtet, die Unternehmen umgeben (Heidbrink, 2012, 210ff, Beckmann und Pies, 2008, 36f). Systemverantwortung in politischen Systemen bedeutet, sich für Normen, Regeln und Institutionen einzusetzen, die als legitim angesehen werden.

Transformation, digitale

Unter Digitaler Transformation wird ein „Wandel von bestehenden zu neuartigen Geschäftsmodellen“ (Nicolai und Schuster, 2018, 16) verstanden, bei der Informationsprozesse aufgrund von Information- und Kommunikationstechnik überwiegend auf binären (diskreten) Signalen beruhen und somit leichter verarbeitet, gespeichert und vervielfältigt werden können, als wenn sie in analoger Form vorliegen.

Tugendethik

Tugendethiken legen Wert auf die Intention und Motivation der handelnden Personen. Tugenden lassen sich als Dispositionen beschreiben, die moralische Akteure veranlassen, in bestimmten Situationen in bestimmter Art und Weise zu handeln (Frankena, 2017, 59).

Unternehmen, soziales

Soziales Unternehmertums zeichnet sich durch folgende Aspekte aus: 1. Sie bedienen sich in häufig neuer Weise ihrer Ressourcen und Fähigkeiten, um die außerhalb ihrer Organisation liegenden Barrieren zu überwinden. 2. Soziale Unternehmer verfügen häufig über umfangreiches soziales Kapital, das auf den ausgeprägten sozialen Fähigkeiten in diesen Unternehmen vorhanden ist. Sie verhalten sich in dem Sinne kooperativ, dass sie dieses soziale Kapital mit anderen teilen. 3. Wissen über die institutionellen Ressourcen des Unternehmensumfelds ist essentiell.

Unternehmensethik

Die Unternehmensethik ist eine angewandte → Ethik. Sie behandelt die ethischen Probleme eines spezifischen Handlungsbereichs, wie sie sich typischerweise in → Unternehmen den beteiligten Akteuren stellen. Die Besonderheit dieser angewandten Ethik ist es, dass sie die von der allgemeinen und normativen Ethik zur Verfügung gestellten Erkenntnisse auf den spezifischen Kontext in Unternehmen anwendet.

Unternehmenskultur

Unter Unternehmenskultur wird vereinfacht eine Reihe von Grundannahmen verstanden, die von den Individuen im Unternehmen geteilt werden und die sie bei der Anpassung an ihre Umwelt und bei der Integration ihrer Aktivitäten im Unternehmen entwickelt haben (Schein, 2010, 18).

Utilitarismus

Utilitaristische Positionen zielen auf ein gesamtgesellschaftliches Wohl (Höffe, 2013, 11). Als moralisch gut gilt dann eine Handlung, die den größtmöglichen Nutzen (utility) für alle von der Handlung Betroffenen verspricht. Oft ist anstatt von Nutzen von Lust und Unlust oder Glück und Unglück die Rede.

Verantwortung, als Tugend

Wer als verantwortlich handelnd beschrieben wird, der gilt als jemand, der sich die Folgen seines Handelns bewusst macht (Schmiedl-Neuburg, 2017, 214). Er beurteilt die voraussichtlichen Folgen seines Handelns vor der Tat und passt sie dementsprechend an: Verantwortung als Tugend (Seel, 2015, 141ff).

Verantwortung, als Zuschreibung

Verantwortung lässt sich daher als die Zuschreibung von Handlungsergebnissen auffassen, die ein Akteur durch sein Handeln bewirkt hat (Bayertz, 1995, 5) und die von einer normprüfenden Instanz auf Basis einer Norm vorgenommen wird.

Verantwortung, politische

Politische Verantwortung wird in einem weiten Sinne verstanden als die Verantwortung, Menschenrechte (aller drei Generationen) zu achten sowie Bedingungen zu schaffen, die diese Achtung ermöglichen. Darüber hinaus ist mit ihr die Systemverantwortung verbunden, dass sich Unternehmen für die Einführung und Durchsetzung von Institutionen und Normen einsetzen, um gesellschaftlich erwünschte Ziele wie z.B. Verringerung von Diskriminierung oder Bekämpfung des Hungers zu fördern.

Verhaltenskodex

Ein Verhaltenskodex ist ein in der Regel schriftliches Dokument, in dem Werte und Ziele sowie empfohlene und zu unterlassende Handlungen beschrieben werden.

Vertrauen

Mit Vertrauen ist ein psychologischer Zustand verbunden, sich verletzlich zu zeigen (Rousseau et al., 1998, 395). Es entsteht in ungewissen Situationen, in denen Handlungen eingeschätzt werden müssen.

Vertrauenswürdigkeit

Für → Vertrauen in ein Unternehmen wird dessen Vertrauenswürdigkeit beurteilt (Mayer, Davis und Schoorman, 1995). Es muss Vertrauen in die Fähigkeit des Unternehmens gegeben sein, damit sich → Vertrauen entwickeln kann. Integrität bedeutet, dass das Unternehmen mit den → Werten und → Normen des Beurteilers übereinstimmt und danach handelt.

Werte

Werte sind idealisierte (explizite oder implizite) Vorstellungen über das Wünschenswerte, die von Individuen gehalten oder in Gruppen geteilt werden, und

eine allgemeine Orientierung für das Handeln bieten (Kluckhohn, 1951, 395). Ihre Allgemeinheit fördert zwar ihre soziale Zustimmung, hat aber den Nachteil einer gewissen Unbestimmtheit.

Zivilgesellschaft

Zivilgesellschaft ist eine Sphäre der Gesellschaft, in der sich ihre Bürger in verschiedenen Formen zusammenschließen. Zivilgesellschaftliches Engagement zeichnet sich daher durch freiwilligen Zusammenschluss von Bürgern aus, um gemeinsame Ziele zu verfolgen oder gemeinsamen Werten zur Anerkennung zu verhelfen (Edwards, 2011, 4). → Nichtregierungsorganisation