

Corporate Social Responsibility: Der Kampf um Deutungshoheit

Diskursive Formationen der Unternehmensverantwortung in Deutschland
und Großbritannien

Tandiwe Gross und Doris Fuchs

Münster, Januar 2012



Sustainable Governance Discussion Paper 01/2012



Sustainable Governance Discussion Paper ISSN 1868-4203

URN: urn:nbn:de:hbz:6-67149609923

DOI: 10.17879/67149609509

Herausgeber

Westfälische Wilhelms-Universität

Institut für Politikwissenschaft

Lehrstuhl für Internationale Beziehungen und Entwicklungspolitik

Scharnhorststr. 100

48151 Münster, Germany

<http://www.uni-muenster.de/fuchs>

Kontakt

Prof. Doris Fuchs, Ph.D.

Institut für Politikwissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

E-Mail: doris.fuchs@uni-muenster.de

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Begriff und Hintergrund	3
2.1 <i>Corporate Social Responsibility: Ein vieldentiger Begriff</i>	3
2.2 <i>Politischer Hintergrund</i>	4
2.3 <i>CSR in Großbritannien</i>	4
2.4 <i>CSR in Deutschland</i>	5
3. Stand der Forschung	6
4. Theoretischer Rahmen und Forschungsdesign	10
4.1 <i>Der Diskursbegriff</i>	10
4.2 <i>Arbeitshypothese</i>	12
5. Untersuchungszeitraum und Datenauswahl	13
6. Methodisches Vorgehen	15
7. Untersuchung	19
7.1 <i>Datenkorpus: Ergebnisse der Stichwortsuche</i>	19
7.2 <i>Phänomenstrukturen</i>	19
7.3 <i>Feinstrukturen</i>	21
7.3.1 <i>Großbritannien</i>	21
7.3.2 <i>Deutschland</i>	27
8. Implikationen der Untersuchungsergebnisse	35
8.1 <i>Interpretationen der Ergebnisse</i>	35
9. Fazit	39
10. Literaturverzeichnis	42
11. Anhang	50

1. Einleitung

Angesichts des steigenden Einflusses transnationaler Konzerne auf Menschen und Umwelt weltweit hat die Frage nach der sozialen und ökologischen Verantwortung von Unternehmen, im Englischen *Corporate Social Responsibility* (CSR), in den letzten Jahren zunehmend auch in Deutschland an Bedeutung gewonnen. Dabei sind in Deutschland, dem „Traditionsland“ der sozialen Marktwirtschaft, bislang ausschließlich freiwillige Instrumente zur Förderung von CSR festzustellen. Großbritannien hingegen hat börsennotierte Unternehmen bereits 2005 durch gesetzliche Vorgaben verpflichtet, die sozialen und ökologischen Implikationen ihrer Geschäftstätigkeit in ihre Entscheidungen einzubeziehen und darüber jährlich Rechenschaft abzulegen. Wenngleich die vergleichsweise stärkeren regulatorischen Vorgaben des Jahres 2005 kurze Zeit später wieder aufgehoben und 2006 durch weniger strenge Vorgaben ersetzt wurden, weist Großbritannien mit dem 2006 erlassenen *Companies Act* immer noch einen weitaus höheren Regulierungsgrad in Hinblick auf CSR auf als Deutschland. Dies erstaunt umso mehr, als dass Großbritannien als Geburtsland des Liberalismus grundsätzlich stärker durch die Prinzipien der Deregulierung und Liberalisierung geprägt ist. Als ein erklärendes Moment für diese kontraintuitive Regelungssituation zieht die vorliegende Untersuchung die Diskurstheorie nach Foucault heran. Sie basiert auf der sozialkonstruktivistischen Annahme, dass Diskurse als „geregeltete Praktiken der Deutungsproduktion und Wirklichkeitskonstitution“ (Keller 2006, S. 125) politische Entscheidungen beeinflussen und damit mitverantwortlich sind für die Entstehung politischer Regelungsinstrumente.

Im Folgenden gehen wir daher der Frage nach, inwiefern sich die Strukturmerkmale der öffentlichen Diskurse zu Corporate Social Responsibility in Deutschland und Großbritannien unterscheiden. Ziel ist es, durch die Auswertung einer systematischen Gruppe von Texten aus ausgewählten Printmedien sowie einschlägiger Regierungsdokumente die zentralen Regelungsstrukturen der CSR-Diskurse in Großbritannien und Deutschland im Zeitraum von 2004 bis 2006 zu rekonstruieren. Eine Vergleichbarkeit der beiden Länder wird aufgrund ihrer geographischen Nähe, ihrem Status als westeuropäische Industrienationen sowie den Ähnlichkeiten des politischen Systems angenommen. In beiden Fällen handelt es sich um parlamentarische Demokratien, wenngleich sie im Falle Großbritanniens formal in eine konstitutionelle Monarchie eingebettet ist (Sturm 2009).

Die gesellschaftliche Relevanz des Themas zeigt sich bereits in der abgebildeten politischen Diskussion und Divergenz zur Frage der Regulierung oder Freiwilligkeit von CSR. Wenn ein Teil der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Akteure meint, dass es sinnvoll ist, CSR zu regulieren, um seine Wirkung zu verbessern oder seine Nachteile zu verringern, während der andere Teil das nicht für notwendig hält, dann zeigt sich hier ein gesellschaftlicher und politischer Konflikt. Dieser ist insbesondere vor dem Hintergrund der CSR oft zugeschriebenen Effektivität in der Verfolgung gesellschaftlicher Zielsetzungen und damit verbundenen Argumenten der Verzichtbarkeit politischer Regulierung in den entsprechenden Bereichen zu sehen. Auch auf europäischer Ebene demonstriert die von der Europäischen Kommission initiierte Debatte um eine europaweite Einführung verpflichtender nicht-finanzieller Berichtspflichten von Unternehmen, etwa zu sozial-ökologischen Belangen, die politische Relevanz des Themas (Europäische Kommission 2011). Schließlich bietet das Forschungsdesign auch insbesondere mit dem diskursanalytischen Ansatz eine in wissenschaftlicher Hinsicht bislang wenig bearbeitete Perspektive auf CSR im Ländervergleich.

Die Untersuchung wird mit einer kurzen Erläuterung des begrifflichen und politischen Hintergrunds zu CSR sowie einer zusammenfassenden Einführung in den Forschungsstand zu CSR eingeleitet. Anschließend wird der theoretische Rahmen der Diskurstheorie nach Foucault dargelegt, aus dem sich die Arbeitshypothesen für die Untersuchung ergeben. Darauf folgt die Erläuterung des Forschungsdesigns sowie die Darstellung und kritische Reflektion der Untersuchungsergebnisse. Ein abschließendes Resümee fasst die Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfrage zusammen und bietet einen Ausblick auf anschließende Fragestellungen und weiteren Forschungsbedarf.

2. Begriff und Hintergrund

2.1 *Corporate Social Responsibility: Ein vieldentiger Begriff*

Während die Wurzeln der Idee einer gesellschaftlichen Verantwortung von Geschäftstreibenden bereits in der Antike festzustellen sind, lässt sich das neuere Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR) ursprünglich auf die USA zurückführen (Loew et al. 2004). Als Grundstein für die Entwicklung des Begriffs wird die im Jahr 1953 von Howard R. Bowen veröffentlichte Monographie *Social Responsibilities of the Businessman* angesehen, der die damals noch als „Social Responsibility“ bezeichnete unternehmerische Verantwortung als „the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society“ (Bowen 1953, S. 6) beschreibt. Im Laufe der letzten Jahrzehnte unterlag der Begriff einem kontinuierlichen Bedeutungswandel, wobei auch neue Begrifflichkeiten wie *corporate responsiveness* oder *corporate citizenship* sowie neue Verknüpfungen, etwa mit dem Begriff der Nachhaltigkeit, auftauchten (Carroll 1999). Die Erläuterung der vielen mit CSR verwandten Begriffe und ihrer Bedeutung würde den hier gesetzten Rahmen sprengen; aus diesem Grund wird CSR hier als das begriffliche „Dach“ verstanden, unter dem sich verschiedene Ansätze der Berücksichtigung sozialer und ökologischer Belange in der Unternehmenstätigkeit versammeln. Seit den 1960er Jahren stehen dabei in der Literatur „umsetzungsneutrale“ CSR-Definitionen, die wie Bowen keinen Hinweis auf die freiwillig oder gesetzlich begründete Motivation zu CSR geben, neben solchen, die CSR ausschließlich als das freiwillige, über gesetzliche Vorgaben hinaus vollzogene Engagement von Unternehmen begreifen (ibid.). Dies verdeutlicht die inhärent politische Natur des Begriffs, dessen inhaltliche Definition nach wie vor umstritten ist, wie der in Kapitel 3 skizzierte Forschungsstand aufzeigt. Mit der Veröffentlichung eines „Grünbuchs“ griff die Europäische Kommission das Thema CSR im Jahr 2001 mit folgender Definition auf: „Die soziale Verantwortung der Unternehmen ist im Wesentlichen eine freiwillige Verpflichtung der Unternehmen, auf eine bessere Gesellschaft und eine sauberere Umwelt hinzuwirken“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaften 2001, S. 4). Auf der anderen Seite hat sich im europäischen Kontext parallel auch eine Sichtweise entwickelt, welche die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung nicht als freiwilligen „Pluspunkt“, sondern als Kernverantwortung der Unternehmen ansieht, deren Umsetzung nur durch eine gesetzliche Verankerung zu gewährleisten ist (Aid 2004; Doane/Holder 2007; European Coalition for Corporate Justice 2008; Fuchs/Plank 2007). Diese überwiegend von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) getragene Sichtweise schließt ein zusätzliches freiwilliges

Engagement von Unternehmen nicht aus, sieht jedoch in erster Linie den Staat in der Pflicht, durch regulatorische Maßnahmen einen hohen Mindeststandard für CSR zu definieren und diesen per Gesetz verbindlich durchzusetzen (European Coalition for Corporate Justice 2011).

2.2 Politischer Hintergrund

So vielfältig die Definitionen von CSR ausfallen, so heterogen ist auch der staatliche Umgang mit diesem Thema. Im Folgenden soll zunächst kurz der politische Hintergrund in Hinblick auf den Umgang mit CSR in Großbritannien und Deutschland im Untersuchungszeitraum vom 01.01.2004 bis zum 31.12.2006 skizziert werden.

2.3 CSR in Großbritannien

Bereits im Jahr 2003 wurde in Großbritannien das Gesetz Corporate Responsibility Bill erlassen, das alle britischen Unternehmen zur Veröffentlichung eines jährlichen „Nachhaltigkeitsberichts“ mit Informationen über die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit des Unternehmens verpflichtet (House of Commons 2003). Da diese Gesetzgebung jedoch keinerlei Verpflichtungen in Hinblick auf die Art der Berichterstattung im Sinne von Indikatoren und Leistungskriterien enthielt, kommt dem am 21. März 2005 im Rahmen einer Reform des Companies Act 1985 erlassenen Operational and Financial Review (OFR) eine größere Bedeutung in Hinblick auf die Regulierung von CSR zu. Dieser verpflichtet börsennotierte britische Unternehmen anhand festgelegter Kriterien über die sozialen und ökologischen Implikationen ihrer Geschäftstätigkeit zu berichten und die Berichterstattung einer unabhängigen Buchprüfung zu unterziehen (House of Commons 2005). Mit der Begründung, der OFR benachteilige die britischen Unternehmen im Vergleich zu anderen europäischen Unternehmen, wurde der OFR am 28. November 2005 jedoch durch den britischen Premierminister Gordon Brown zurückgenommen (CBI 2005). Als Ersatz für den OFR wurde schließlich am 8. November 2006 der Companies Act 2006 erlassen, demzufolge börsennotierte britische Unternehmen Informationen mit Bezug zu ökologischen, sozialen und Arbeitnehmerbelangen nur in dem Maße veröffentlichen müssen, in dem diese Informationen als „[...] necessary for an understanding of the development, performance or position of the company’s business“ (House of Commons 2006, S. 196) angesehen werden. Die Unternehmen sind also nur insoweit zu einer Berichterstattung über die genannten Belange verpflichtet, wie diese für das Verständnis der Entwicklung und des Erfolgs eines Unternehmens relevant sind.

2.4 CSR in Deutschland

Der politische Umgang mit CSR in Deutschland wird im Vergleich zu anderen europäischen Ländern im Jahr 2004 eher als passiv bezeichnet (Riess 2004), er beschränkt sich auf freiwillige Instrumente. Im Jahr 2001 gründete das Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) den sogenannten „Runden Tisch Verhaltenskodizes“, in dessen Rahmen staatliche Vertreter gemeinsam mit Unternehmen, NGOs und Gewerkschaften an der Förderung freiwilliger Verhaltenskodizes von Unternehmen arbeiten (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit 2001). Auch im Rahmen von Public-Private-Partnership Programmen fördert das BMZ freiwillige Selbstverpflichtungen von Unternehmen zu CSR, etwa in Kooperationsprojekten mit der Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels (Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels 2011). Daneben steht etwa die Ausschreibung von Wettbewerben zur Förderung von Best-Practice-Beispielen im Bereich der freiwilligen Unternehmensverantwortung (Riess 2008, S. 2).

3. Stand der Forschung

Das Thema Corporate Social Responsibility erscheint heute als ein breites Forschungsfeld, das von verschiedenen Disziplinen bearbeitet wird. Insbesondere die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften haben sich des Phänomens eines offenbar steigenden Engagements von Unternehmen in der sozial-ökologischen Selbstregulierung angenommen. Dabei wird CSR sowohl singular als auch im Kontext anderer Formen der Selbstregulierung oder auch private governance, wie zum Beispiel sektorspezifischen oder auch –übergreifenden Codes of Conduct, Zertifizierungsinitiativen oder auch Public-Private oder Private-Private Partnerships behandelt. Dabei stehen Fragen nach der Natur und den Ursachen und Konsequenzen von CSR im Spezifischen und private governance generell und nach der damit verbundenen adäquaten Rolle des Staates im Vordergrund. Letztere Frage wird vor allem von der politikwissenschaftlichen und soziologischen Governance Forschung thematisiert, während sich die Beschäftigung mit der Definition von CSR und seinen Ursachen und Konsequenzen über die Disziplinengrenzen hinweg erstreckt, jedoch mit leicht unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen. Da sich unsere Analyse vor allem auf die Frage staatlicher Regulierung von CSR bezieht, wird die folgende Übersicht zum Forschungsstand in erster Linie, jedoch nicht ausschließlich, die politikwissenschaftliche Literatur reflektieren.

Mit der Frage der Natur dessen, was CSR und private governance eigentlich sind und was sie antreibt, haben sich Wirtschaftswissenschaftler*innen und Sozialwissenschaftler*innen seit langem beschäftigt.¹ Hier kommt insbesondere die Einordnung von Selbstregulierungsaktivitäten im Vergleich zu existierender gesetzlicher Regulierung und im Bezug zum Kerngeschäft der Unternehmen zum Tragen. Wie weit muss CSR über existierende Gesetzesvorgaben hinausgehen, um als ernstzunehmende Aktivität und Selbstregulierung wahrnehmbar zu sein, und muss es das überhaupt? Gehören zu CSR die Aktivitäten, die neben dem Kerngeschäft der Unternehmen stattfinden, oder muss CSR ins Kerngeschäft der Unternehmen integriert sein, um wiederum als ernsthafte Aktivität akzeptiert werden zu können?

Die Antworten auf diese Fragen sind eng mit Untersuchungen und wissenschaftlichen Debatten zur Motivation von CSR und private governance verknüpft. Warum engagieren sich Unternehmen freiwillig in der CSR (Bassen et al. 2005; Campbell 2007; Vogel 2005; Windsor 2006)? Hier verweisen Wissenschaftler*innen zum einen auf die Reduzierung von aus der

¹ E.g. Blowfield 2005; Brühl et al. 2000; Carroll/Shabana 2010; Cutler/Haufler/Porter 1999, Fox 2004; Fuchs 2006, Fuchs/Kalfagianni 2010; Frynas 2005; Lindgreen/Swaen 2010.

Ressourcennutzung entstehenden Kosten oder auch der betriebswirtschaftlichen Risiken für Unternehmen, welche zum Beispiel aus arbeits- oder umweltbezogenen Skandalen resultieren können, zu der Selbstregulierungsaktivitäten beitragen sollen.² Das können sie aber nur wirksam, wenn sie in das Kerngeschäft der Unternehmen integriert sind (Suchanek 2004). Wenn die Aktivitäten, um den Unternehmen eine verlässliche Handlungsbasis zu geben, eine gesetzliche Lücke füllen sollen, heißt das gleichzeitig, dass sie zwingend über bestehende gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Falls jedoch CSR und andere Selbstregulierungsaktivitäten vor allem *Window Dressing* sind und vor allem das Image und nicht das tatsächliche Handeln der Unternehmen beeinflussen sollen, wie es manche Kritiker*innen befürchten, dann werden die entsprechenden Aktivitäten auch nicht ins Kerngeschäft integriert sein und nur unwesentlich über gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Neben dem Wunsch der betriebswirtschaftlichen Risikoreduzierung und der Imageverbesserung (was wiederum auch eine Strategie der Risikoreduzierung sein kann), gibt es noch weitere mögliche Motivationen für Unternehmen, sich in einer oder mehreren Formen der Selbstregulierung zu engagieren. So können zum Beispiel auch die von der Unternehmensführung getragenen Werte und Normen entsprechendes Engagement begründen (Conzelmann/Wolf 2008).

Inwieweit eher die eine oder andere Motivation eine Triebkraft bei CSR speziell und private governance generell darstellt, kann nicht abschließend und unternehmensübergreifend bestimmt werden. Sicherlich gibt es hier unterschiedliche Kombinationen von Motivationen bei unterschiedlichen Unternehmen. Auch die Risiken von Skandalen variieren ja entsprechend, da Unternehmen, die aufgrund ihrer Größe, Bekanntheit und Nähe zu (potenziell politischen) KonsumentInnen, zum Beispiel, leichtere und effektivere Ziele von zivilgesellschaftlichen Kampagnen sind (Auld et al. 2008; Gulbrandsen 2010; Marx/Cuyppers 2010; Muradian/Pelupessy 2005). Gleichzeitig kann jedoch festgestellt werden, dass bestimmte Motivationen in Bezug auf Spezifika des Engagements in der private governance auch durch mögliche Konflikte mit anderen Motivationen mehr oder weniger wahrscheinlich sind (Graz/Nölke 2008; Vogel 2005). Dieser Aspekt wird deutlich, wenn man die Konsequenzen von CSR und anderen Formen der Selbstregulierung in den Fokus nimmt.

Was kann private governance leisten, bzw. welchen Nutzen hat private governance? Aus betriebswirtschaftlicher und wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive steht hier erst einmal der ökonomische Nutzen, wie oben beschrieben, zum Beispiel durch Reduzierung der benötigten Ressourcen oder auch des Risikos, aber auch zum Beispiel durch Verbesserung des Zugangs zu

² Solche Skandale können auch von konkurrierenden Unternehmen hervorgerufen werden, jedoch auf ganze Branchen etc. abfärben, weshalb auch branchenweite oder –übergreifende Formen der Selbstregulierung zur Reduzierung des betriebswirtschaftlichen Risikos für Unternehmen beitragen können.

Banken und Krediten, im Vordergrund (Hedberg/von Malmberg 2003). Beides kann mit ökologischem und sozialem Nutzen verbunden sein. Gerade durch die Hoffnung, dass CSR und andere Selbstregulierungsaktivitäten zur Bereitstellung von ökologischen und sozialen öffentlichen Gütern beitragen könnten, haben sie politische Aufmerksamkeit gewonnen und sind unter dem Label der private governance wissenschaftlich diskutiert worden. Allerdings haben Studien auch wiederholt die geringe Effektivität von private governance Initiativen aufgezeigt (Gibson 1999; King/Lennox 2000; van der Grijp 2010). Solche Resultate stärken wiederum die Vermutung, dass Window Dressing bei der Motivation eine wesentliche Rolle spielt. Gleichzeitig lässt sich eine selektive Zielsetzung von vielen private governance Initiativen zeigen, die in der politischen Debatte um deren Beitrag zur Verfolgung öffentlicher Ziele oft nicht ausreichend berücksichtigt wird. So zeigen Wissenschaftler*innen, dass private governance Initiativen in ökologischer Hinsicht oft auf bestimmte Produkte oder Segmente oder einfache und betriebswirtschaftlich interessante Formen der Kostenreduzierung z.B. durch Verbesserung der Energieeffizienz fokussieren, größere Herausforderungen, wie die Energieintensität eines globalen Einkaufs- und Vertriebssystems im Nahrungsmittelbereich wie auch des hohen und in einigen Regionen stark steigenden Fleischkonsums nicht angehen (Fuchs/Boll 2011; Lang/Barling 2007). Ebenso fokussieren von Unternehmen kreierte soziale Standards viel mehr auf Fragen der Arbeitssicherheit als auf Fragen einer fair wage (Clapp 1998; Fuchs/Kalfagianni/Arentsen 2009). Auch kann gezeigt werden, dass unternehmerische Investitionen in Sicherheit in Konfliktregionen lokal und selektiv die Sicherheit verbessern können, nicht jedoch zur Herstellung einer Sicherheitsinfrastruktur auf der Ebene der Meta-Governance beitragen (Krahmann 2010).

Die selektive Fähigkeit von CSR und anderen Selbstregulierungsaktivitäten zur Verfolgung öffentlicher Güter beizutragen ist wiederum relevant, wenn über die adäquate Rolle des Staates in Zusammenhang mit diesen Aktivitäten nachgedacht wird. Wie oben angesprochen, ist das insbesondere vor dem Hintergrund der Fall, dass politisch mit private governance oft die Hoffnung verbunden wird, dass Unternehmen durch Grenzen, leere Kassen oder einen Mangel an politischem Willen bei Teilen der internationalen Gemeinschaft hervorgerufene Schwächen staatlicher Regulierungskompetenz ausgleichen könnten. Anders herum werden Aktivitäten in der Selbstregulierung genutzt, um gegen die Notwendigkeit staatlicher Regulierung zu argumentieren.³ Welche Rolle kommt also dem Staat zu, wenn es um private governance geht?

³ Vor diesem Hintergrund hat sich die politikwissenschaftliche private governance Forschung in den vergangenen Jahren auch nicht nur mit der Effektivität entsprechender Initiativen sondern auch mit ihrer demokratischen Legitimität beschäftigt (Porter and Ronit 2010). Hierbei ist zusätzlich wichtig, dass private governance Initiativen auch negative Auswirkungen auf soziale und ökologische Bedingungen in Gesellschaften haben (Fuchs et al. 2009; Fulponi 2006; Harten 2005; Hatanaka et al. 2005; Havinga 2006).

Soll er Anreize setzen, die Unternehmen motivieren, in freiwillige Selbstregulierung zu investieren? Soll und kann er einen gesetzlichen Rahmen geben, der negative soziale und ökologische Konsequenzen von private governance Initiativen verhindert? Soll und kann der Staat Standards für private governance Initiativen und ihre Berichterstattung festlegen, die es erlauben Window Dressing zu identifizieren oder zu verhindern? Inwieweit darf er die Existenz von private governance Initiativen berücksichtigen, wenn generell über Regulierungsnotwendigkeiten nachgedacht wird? Welche Handlungsmöglichkeiten und –notwendigkeiten kommen also dem Staat zu, wenn es um CSR und andere Selbstregulierungsmaßnahmen geht (Albareda et al. 2008; Fuchs/Kalfagianni 2010; Moon et al. 2010)? Die Offenheit und gleichzeitig Konflikthaftigkeit der wissenschaftlichen Diskussion zu CSR und anderen Formen der Selbstregulierung bedeutet, dass hier ein besonderer Spielraum für den Kampf um Deutungshoheit im politischen Prozess existiert. Wissenschaftler*innen haben seit längerem aufgezeigt, dass der politische Wettbewerb zunehmend ein diskursiver Wettbewerb um die Definition von politischen Problemen, Aufgaben und Lösungen, um die Identitäten und Charakteristiken von politischen (im weiteren Sinne) Akteuren, und um das politische und das private als solches ist (Hajer 1997, 2009; West/Loomis 1998). Auch der politische Fokus auf freiwillige Selbstregulierung in den letzten Dekaden muss vor dem Hintergrund einer Dominanz von den Markt präferierenden und immense Lösungskompetenzen zuschreibenden Normen und Diskursen gesehen werden (Bernstein 2005; Hansen/Salskov-Iversen 2007; Thirkell-White 2006). Untersuchungen aus unterschiedlichen Politikfeldern haben darüber hinaus gezeigt, dass der diskursive Wettbewerb insbesondere im Kontext wissenschaftlicher Unsicherheit relevant ist (Williams 2009).

Solange nicht übergreifend empirisch geklärt ist oder werden kann, welche Ursachen und Konsequenzen private governance hat, wird daher insbesondere auch die diesbezügliche, adäquate Rolle des Staates im politischen, diskursiven Wettbewerb entschieden. Dieser diskursive Wettbewerb wiederum hat aber interessanter Weise noch nicht die Aufmerksamkeit erhalten, die ihm diesbezüglich zusteht. Die Rolle diskursiver Formationen in Hinblick auf CSR und insbesondere die Definition der Rolle des Staates ist bislang nicht ausreichend erforscht. Wie wird CSR konstruiert hinsichtlich seiner Charakteristiken, seiner politischen Rahmenbedingungen, oder seiner Problemlösungsfähigkeiten? In Anknüpfung an Dahlsrud (2008), der davon ausgeht, dass es nicht möglich ist, eine “unbiased definition [of CSR]“ (S. 2) zu entwickeln, greift die vorliegende Arbeit diese Fragen auf und verbindet sie mit einem der Fragestellung entsprechenden, diskursanalytischen Forschungsdesign.

4. Theoretischer Rahmen und Forschungsdesign

Als ursprünglich den Arbeiten des französischen Sprachwissenschaftlers Ferdinand de Saussure entstammender Ansatz ist die Diskursforschung durch den linguistischen Strukturalismus der 1960er Jahre geprägt. Diese Strömung versteht Diskurse als „abstrakte und objektive Regelstrukturen“ (Keller 2004, S. 23), die sich in Praktiken bzw. sprachlichen Äußerungen niederschlagen. Darauf aufbauend geht der Poststrukturalismus, in dem auch die späteren Arbeiten Michel Foucaults zu verorten sind, von einer gegenseitigen Beeinflussung zwischen Diskursstrukturen als symbolischen Ordnungen und Diskursereignissen aus, da die soziale Wirklichkeit in diesem Verständnis erst durch sprachlichen Ausdruck konstruiert wird.

4.1 *Der Diskursbegriff*

Im Anschluss an Foucault meint der Begriff des Diskurses die Gesamtheit von Praktiken, die eine bestimmte Sinn-Ordnung innerhalb eines sozialen Kontextes konstruieren. So definiert Sara Mills einen Diskurs in Anlehnung an Foucault als „(...) eine Menge von sanktionierten Aussagen, denen eine bestimmte institutionelle Kraft innewohnt, was wiederum bedeutet, dass sie einen nachhaltigen Einfluss auf das Denken und Handeln von Individuen haben“ (Mills 2007, S. 66). Die einzelnen Elemente eines Diskurses resultieren dabei nach Foucault aus einer bestimmten „diskursiven Formation“, also einem Satz von Regeln, die sowohl die im Diskurs behandelten Objekte, die verwendeten Begrifflichkeiten als auch die dahinter liegenden Strategien bestimmen. Eine diskursive Formation ist ihm zufolge erkennbar, „(...) if one can define system of formation of the different strategies that are deployed in it; in other words, if one can show how they all derive (in spite of their sometimes extreme diversity, and in spite of their dispersion in time) from the same set of relations“ (Foucault 1972a, S. 68). In diesem Sinne geht Foucault davon aus, dass von feststellbaren Häufigkeiten und Regelmäßigkeiten von z.B. Worten, Wertungen und rhetorischen Mitteln an der Oberfläche eines Textes auf die zugrunde liegende Sinnstruktur geschlossen werden kann, wie er in der „Archäologie des Wissens“ aufzeigt (Foucault 1972b). Ziel der Diskursanalyse ist folglich die Rekonstruktion der Formationsprinzipien, die verschiedene Aussagen strukturieren und zur Konstitution einer bestimmten Bedeutung beitragen.

Der Diskurstheorie liegt damit ein konstruktivistisches Wirklichkeitsverständnis zugrunde, das davon ausgeht, dass unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit erst im Wege der Bedeutungszuschreibung durch soziale Akteure konstituiert wird, mithin sozial konstruiert ist.

Wer den Diskurs bestimmt, besitzt in diesem Realitätsverständnis die Macht zur Definition von Wirklichkeit. Die Annahme einer sozialen Konstruktion von Wirklichkeit durch diskursive Praktiken impliziert daher zugleich die Frage nach den Machtverhältnissen bei der Entstehung von Diskursen. Die Wirkungsmacht des Diskurses ergibt sich dabei aus seiner wirklichkeitsstrukturierenden Funktion: Durch die Konstruktion einer Sinn-Ordnung entsteht eine Art Wahrheitsraster, innerhalb dessen Ereignisse und Erfahrungen interpretiert werden. Die Macht des Diskurses liegt demnach darin, dass er nicht nur unser Wissen, sondern auch das, was für uns denkbar und natürlich erscheint bestimmt. Nach Foucault ist Macht jedoch nicht als rein repressives Instrument zu verstehen, durch dessen Besitz bestimmte Verhaltensweisen verboten werden können. Im Mittelpunkt des Foucaultschen Machtbegriffs steht vielmehr die „Produktivität“ der Macht im Sinne der Wahrheitsproduktion und damit ihr Wirken auf den Erkenntnisprozess des Individuums. Macht ist darüber hinaus insofern produktiv, als dass infolge der diskursiven Produktion von Wissen auch Instrumente produziert werden, mit der das spezifische Wissen umgesetzt wird, die er als „Dispositive“ (Foucault 1972a) des Diskurses bezeichnet. Diese können zum Beispiel in Form von Politikinstrumenten, Regelungsmechanismen oder Verhaltensvorschriften aus einem bestimmten Diskurs resultieren.

In seinem Werk *Die Ordnung des Diskurses* (1972a) zeigt Foucault Prozesse auf, durch die sich bestehende Machtverhältnisse auf den Diskurs auswirken. Diese manifestieren sich etwa in Ausschließungsprozessen, also der Konstruktion einer bestimmten Sichtweise als „Wahrheit“ durch Ausschließung anderer Sichtweisen, sowie in Prozessen der Klassifikation und Wertung durch eine Darstellung und Anordnung der Dinge in der Beschreibung. Die Ausschließung, die zur Dominanz eines bestimmten Diskurses führt, erfolgt dabei insbesondere durch Prozesse der Tabuisierung bestimmter Themen, sowie durch die Definition der als Sprecher legitimierten Personen. Dies ist als „Verknappung“ des Diskurses zu verstehen. Das Foucaultsche Konzept der Verknappung besagt nach Mills, dass sich die tatsächlich von Individuen gemachten Äußerungen trotz der theoretischen Unendlichkeit von möglichen Aussagen oftmals wiederholen, da sie durch die vom Diskurs sozial konstruierten Schranken begrenzt sind (Mills 2007, S. 74). Auch in der Anwendung diskursanalytischer Forschungsansätze im Bereich der Internationalen Beziehungen wird der „Vermachtung“ von Diskursen eine zentrale Rolle eingeräumt. So betont auch Jennifer Milliken, dass der Diskurs definiert, wer als legitimer Sprecher angesehen wird und was in einem bestimmten sozialen Kontext sagbar ist. Dadurch werden bestimmte Aussagen ermöglicht, während andere ausgeschlossen werden. Eine bestimmte Sicht auf die Dinge wird als gemeinsamer Grundkonsens definiert, während andere Sichtweisen disqualifiziert werden (Milliken 1999, S. 229). In diesem Sinne wird angenommen,

dass das durch den Diskurs als natürlich dargestellte Wissen demnach unsere Wahrheit als intersubjektiv geteiltes Wissen konstituiert.

4.2 *Arbeitshypothese*

Vor dem Hintergrund der zuvor in ihren Grundzügen vorgestellten Diskurstheorie nach Foucault liegt der vorliegenden Arbeit die Annahme zu Grunde, dass Diskurse Machtwirkungen auf politische Prozesse entfalten. In Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand wird davon ausgegangen, dass sowohl der Begriff als auch die Art der Umsetzung von Corporate Social Responsibility in Deutschland und Großbritannien Prozessen der diskursiven Bedeutungskonstruktion unterliegen und somit variabel sind. Aus der Beobachtung des Eingangs erläuterten Regelungsprozesses zum Thema Unternehmensverantwortung in Großbritannien und Deutschland ergeben sich vor diesem theoretischen Hintergrund zwei Arbeitshypothesen für die Untersuchung:

1. Der CSR-Diskurs in Großbritannien ist insgesamt im Vergleich zum deutschen CSR-Diskurs stärker durch Formationsprinzipien geprägt, die eine Skepsis gegenüber der Ernsthaftigkeit von CSR-Maßnahmen und eine stärkere Berücksichtigung regulatorischer Möglichkeiten des Staates beinhalten.
2. Diese Formationsprinzipien sind im ersten Zeitabschnitt des britischen CSR-Diskurses (vor dem Erlass des OFR) im Vergleich zum zweiten Zeitabschnitt (nach dem Erlass des OFR) stärker ausgeprägt.

Das zu erklärende Phänomen ist in diesem Sinne die Etablierung eines öffentlichen Diskurses, der die Regelung von CSR durch freiwillige bzw. regulatorische Maßnahmen fördert. Als Einflussfaktoren werden hier die Formationsprinzipien des Diskurses, also etwa die *Phänomenstrukturen, Deutungsrahmen und narrativen Strukturen* herangezogen, die in der folgenden Darstellung der Methodik näher erläutert werden.

5. Untersuchungszeitraum und Datenauswahl

Wie im theoretischen Teil ausgeführt, können Diskurse aus einer unendlichen Vielzahl von Diskurstteilen bestehen, die durch unterschiedlichste Akteure in unterschiedlicher Form produziert werden.

Vor dem Hintergrund des Erkenntnisinteresses, warum es gerade in Großbritannien zu einer teilweisen „Vergesetzlichung“ von Corporate Social Responsibility kam und nicht etwa in Deutschland, soll der Zeitraum, in dem die gesetzlichen Regelungen zu Corporate Social Responsibility in Großbritannien erlassen wurden, als Untersuchungszeitraum ausgewählt werden. Wie in Kapitel 2.2 dargelegt, wurde am 21. März 2005 der verhältnismäßig stark regulativ auf die börsennotierten Unternehmen einwirkende *Operational and Financial Review* (OFR) erlassen, der dann am 28. November 2005 wieder aufgehoben und am 8. November 2006 durch den weniger Vorgaben enthaltenden *Companies Act* ersetzt wurde. Um einen gewissen Zeitraum vor Erlass des OFR analysieren zu können, wird daher der 1. Januar 2004 als Beginn der Untersuchung festgelegt. Aus forschungspraktischen Gründen muss hier auf die Auswahl eines noch längeren Zeitraums vor dem Erlass der Regelung verzichtet werden, auch wenn dies ein noch umfassenderes Bild des Diskurses ermöglicht hätte. Als Endpunkt für die Untersuchung wird der 31. Dezember 2006 bestimmt, da es seit dem Erlass des *Companies Act* im November 2006 keine grundsätzlich neue gesetzliche Regelung mit Bezug zur sozial-ökologischen Unternehmensverantwortung gab. Für den britischen Diskurs ergibt sich aus der politischen Regelungsabfolge in Form von Erlass und Rücknahme des OFR sowie des späteren Erlasses des *Companies Act 2006* folgende Besonderheit: Zwar wirken beide Gesetze in Hinblick auf CSR regulierend auf börsennotierte Unternehmen ein; der OFR enthielt jedoch, wie bereits oben erläutert, weitaus detailliertere Vorgaben als der *Companies Act 2006*. Dieser Umstand wird insofern berücksichtigt, als dass der britische CSR-Diskurs in der Analyse in zwei „Unterdiskurse“ aufgeteilt wird: Der erste Zeitabschnitt beginnt in diesem theoretischen Modell am 01.01.2004 und endet am 10.03.2005 mit dem Erlass des OFR. Der zweite Teil beginnt am 11.03.2005 und geht bis zum Ende des Untersuchungszeitraums am 31.12.2006.

Als Datengrundlage sollen zunächst zwei führende Tageszeitungen in Deutschland und Großbritannien dienen. Als Auswahlkriterium für die Zeitungen gilt dabei die Auflagenstärke derselben. Für Deutschland führt dies zur *Süddeutschen Zeitung*, die mit einer Auflage von 428.874 verkauften Exemplaren die auflagenstärkste überregionale deutsche Tageszeitung im Bereich des Qualitätsjournalismus ist (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von

Werbeträgern 2011). Für Großbritannien ist zwar grundsätzlich der *Daily Telegraph*⁴ die auflagenstärkste Tageszeitung in diesem Bereich, jedoch muss aufgrund des stark eingeschränkten Zugriffs auf das Archiv des *Daily Telegraph* auf die *Times* zurückgegriffen werden, die im Januar 2011 mit einer Auflage von 457.250 verkauften Exemplaren knapp hinter dem *Daily Telegraph* auf Platz zwei der auflagenstärksten Qualitätszeitungen lag (Guardian 2011).

Ergänzend zu der Zeitungsanalyse werden die Positions- und Strategiepapiere sowie Berichte der britischen Regierung und der Bundesregierung zum Thema CSR und Nachhaltigkeit aus dem Untersuchungszeitraum herangezogen, da diese als oberste Regelungsinstanzen für den Umgang mit CSR von erheblicher Bedeutung sind. Für Großbritannien umfasst dies eine im Mai 2004 veröffentlichte Stellungnahme der Regierung zu CSR, ein im März 2005 veröffentlichtes Strategiepapier zur internationalen Dimension von CSR sowie ein ebenfalls im März 2005 publiziertes Strategiepapier zu nachhaltiger Entwicklung (Department of Trade and Industry 2004, 2005; Secretary of State 2005). Die Bundesregierung hat im Untersuchungszeitraum kein eigenes Positionspapier zu CSR veröffentlicht, daher werden hier einerseits die im Oktober 2004 und Juli 2005 veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte herangezogen (Presse und Informationsamt der Bundesregierung 2004, 2005). Andererseits verweist die Bundesregierung in ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2005 unter der Rubrik „Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ auf die diesbezüglichen Aktivitäten des Rats für Nachhaltige Entwicklung (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2005, S. 125). Dieses im Jahr 2001 von der Bundesregierung ins Leben gerufene Gremium umfasst 15 Mitglieder aus unterschiedlichen Interessengruppen, insbesondere Unternehmen und Zivilgesellschaft, die vom Bundeskanzler bzw. der Bundeskanzlerin ernannt werden. Aufgabe des Rats für Nachhaltige Entwicklung, im Folgenden kurz Nachhaltigkeitsrat genannt, ist die Beratung der Bundesregierung in Fragen der Nachhaltigkeitspolitik sowie die Entwicklung von Projekten zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie (Rat für nachhaltige Entwicklung 2011). Aufgrund des ausschließlichen Verweises auf den Nachhaltigkeitsrat im Nachhaltigkeitsbericht 2005 der Bundesregierung, der privilegierten Stellung desselben als Regierungsberater sowie des Fehlens einer eigenen Veröffentlichung der Bundesregierung zu CSR im Untersuchungszeitraum werden die im September 2006 veröffentlichten „CSR-Empfehlungen“ (Rat für Nachhaltige Entwicklung 2006) des Nachhaltigkeitsrats ergänzend als Datengrundlage für die Untersuchung hinzugezogen. Die Kodes, die den CSR-Empfehlungen des Nachhaltigkeitsrats entspringen, werden in der Darstellung der Phänomenstrukturen kenntlich gemacht.

⁴ Der Zugang zu den Archiven des *Daily Telegraph* ist den Abonnenten der Zeitung vorbehalten.

6. Methodisches Vorgehen

Grundlage für das Vorgehen der vorliegenden Arbeit ist die Methode der *wissenssoziologischen Diskursanalyse* nach Reiner Keller (2011) sowie die damit verbundenen Ansätze der *Grounded Theory* nach Strauss/Corbin (1996). Als weiteres methodisches Werkzeug wurde die *juxtapositional method* nach Jennifer Milliken (1999) ausgewählt, da das, was im Rahmen eines Diskurses *nicht* gesagt wird, vor dem Hintergrund der theoretischen Annahmen über Ausklammerungsprozesse in der diskursiven Bedeutungskonstitution von zentraler Bedeutung ist. Die einzelnen Verfahrensschritte werden im Folgenden dargelegt.

(1) Zusammenstellung und Bereinigung des Datenkorpus

In Anlehnung an das Vorgehen der wissenssoziologischen Diskursanalyse nach Keller erfolgt zunächst eine Zusammenstellung des Datenkorpus mithilfe einer Stichwortsuche in den Online-Archiven der *Times* und der *Süddeutschen Zeitung*. Der Datenkorpus wird im Anschluss nach dem Grundsatz des theorieorientierten Sampling der *Grounded Theory* bereinigt. Diesem Grundsatz zufolge muss die Auswahl von Dokumenten für die Analyse in Orientierung an der zugrundeliegenden Theorie, der Fragestellung und dem Erkenntnisinteresse erfolgen (Strauss/Corbin 1996). Ausschlusskriterium für die Bereinigung des Datenkorpus ist daher hier die Tiefe und Breite, in der das Thema CSR in einem Artikel behandelt wird. Tritt CSR nur als Randthema auf, in dem keine relevanten kodierbaren Aussagen enthalten sind, so wird das Dokument aussortiert.

(2) Untersuchung der Phänomenstrukturen

Nach Keller bezeichnet der Begriff der „Phänomenstrukturen“ die Gesamtheit der Elemente, die im Diskurs in Bezug auf ein bestimmtes Ereignis erfasst werden. Dazu gehören etwa die Definition des Problems und seine verschiedenen Dimensionen, die Nennung von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen, die Bestimmung der Zuständigkeiten sowie die Anführung möglicher Problemlösungen (Keller 2011, S. 103). Der erste Analyseschritt zielt daher darauf ab, auf Grundlage aller Dokumente im Datenkorpus die Phänomenstrukturen der beiden CSR-Diskurse zu rekonstruieren. Dabei wird das Prinzip des *offenen Kodierens* angewendet, das Anselm Strauss und Juliet Corbin im Rahmen der *Grounded Theory* entwickelt haben. Hierbei werden sogenannte offene *Kodes* für bestimmte Sätze oder Textabschnitte vergeben (Strauss/Corbin

1996). Diese Codes beschreiben als eine Art „Titel“, was in dem entsprechenden Textteil passiert. Inhaltlich ähnliche Codes werden zu Kategorien zusammengefasst, während diese wiederum in Anlehnung an Viehöver (2006) verschiedenen *Kodierfamilien* (S. 193) zugeordnet werden.

(3) Untersuchung der Feinstrukturen

Ergänzend werden schließlich ausgewählte Dokumente einer Feinanalyse unterzogen, um anhand ausgewählter Dokumente weitere, tieferliegende Elemente der Diskursstruktur exemplarisch zu rekonstruieren. Die Feinanalyse ist nach Keller (2011) als „interpretativ-analytische Erfassung und Rekonstruktion der Aussageinhalte“ (S. 101) eines Diskursbeitrags zu verstehen. Um tieferliegende Bedeutungsgehalte, diskursive Strategien und Verbindungslinien einzelner Diskursbeiträge aufdecken zu können, muss die diskursanalytische Forschung immer wieder Interpretationsmethoden anwenden, die über den direkten wörtlichen Sinngehalt eines Textes hinausgehen. Dem Problem der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der „interpretativen Analytik“ (ibid.) soll in der Untersuchung Rechnung getragen werden, indem interpretative Schritte stets erkennbar als solche formuliert werden.

Die Auswahl der in der Feinanalyse zu untersuchenden Dokumente erfolgt einerseits nach dem Kriterium des Zeitpunkts der Veröffentlichung: Dokumente, die unmittelbar vor oder nach zentralen diskursiven Ereignissen veröffentlicht wurden, werden einer Feinanalyse unterzogen. Bietet der untersuchte Zeitraum keine solchen Ereignisse, denen eine Relevanz in Hinblick auf den Diskurs zugesprochen werden kann, so erfolgt die Auswahl der Daten für die Feinanalyse nach den Prinzipien des *theorieorientierten samplings* sowie der *minimalen* und *maximalen Kontrastierung*, die Keller in Anlehnung an Strauss/Corbin vorschlägt. Der Grundsatz des *theorieorientierten samplings* besagt, wie oben beschrieben, dass die Auswahl der Dokumente für die Feinanalyse „aus dem Forschungsprozess heraus“ (op.cit., S. 92.), also auf der Basis von zugrunde liegenden Theorien, Fragestellungen und Erkenntnisinteressen, begründet werden muss. Das für uns relevante Kriterium ist dabei die institutionelle Machtposition des Verfassers, da uns interessiert, wer wie den Diskurs gestaltet hat. Ausgehend von einem so ausgewählten Schlüsseltext wird der Datenkorpus anschließend nach dem Prinzip der *minimalen* und *maximalen Kontrastierung* nach weiteren für die Feinanalyse geeigneten Dokumenten untersucht. Während erstere die Suche nach möglichst ähnlichen Dokumenten im Datenkorpus bezeichnet, um den „jeweils erfassten Teilbereich möglichst genau und vollständig zu rekonstruieren“ (op.cit., S. 93), beschreibt letztere die Suche nach Dokumenten, die sich möglichst stark vom Schlüsseltext unterscheiden. Inhaltlich ist die Feinanalyse wie folgt aufgebaut.

Zur Einordnung des Dokuments in seinen diskursiven Kontext erfolgt zunächst eine Einordnung in den *institutionell-organisatorischen* Kontext. In Anlehnung an Keller soll dabei zunächst kurz der institutionelle Hintergrund des jeweiligen Dokuments beleuchtet werden. In einem zweiten Schritt wird untersucht, welche Akteure mit welchen Positionen die *Sprecherpositionen* besetzen und welchen Institutionen sie zuzuordnen sind. Die Zuordnung der Sprecher bzw. der erwähnten Akteure stellt ein wichtiges Kriterium dar, da es nach Schwapp-Trapp (2004) Aufschluss über die „relative Autorität der Diskursteilnehmer“ gibt (S. 173).

Die „*Leerstellen*“, also das, was nicht gesagt wird, sollen durch die Methode der Gegenüberstellung (*juxtapositional method*) nach Jennifer Milliken (1999) aufgedeckt werden. Dabei werden der durch einen spezifischen Diskurs konstruierten „Wahrheit“ über eine bestimmte Situation jene Ereignisse und Themen gegenübergestellt, die in dieser „Wahrheit“ nicht berücksichtigt werden. Bei dieser Methode geht es, wie Milliken unter Verweis auf David Campbell spezifiziert, nicht darum die „wahre Geschichte“ zu erzählen, sondern die Ambiguität dominanter Interpretationen staatlicher Praxis aufzuzeigen und die inhärent politische Natur offizieller Diskurse zu demonstrieren (S. 243).

Als weiteren zentralen Analyseschritt beinhaltet die wissenssoziologische Diskursanalyse die Untersuchung der *narrativen Strukturen* eines Diskurses. Sie verweist dabei auf die Annahmen von Willy Viehöver (2006), dass es sich bei *Narrationen* um ein „zentrales diskursstrukturierendes *Regelsystem*“ handelt (S. 180). *Narrationen* werden von Viehöver als übergreifende Erzählungen verstanden, die durch die Gesamtheit eines Diskurses konstruiert werden. Die vorliegende Analyse konzentriert sich entsprechend auf die Rekonstruktion der *narrativen Struktur* der einzelnen für die Feinanalyse ausgewählten Dokumente. Ziel ist es dabei, Kernelemente der in dem einzelnen Dokument aufgebauten Erzählung zu rekonstruieren und damit mögliche Teilaspekte der diskursübergreifenden *Narrationen* herauszuarbeiten. Im Vorfeld der Analyse der narrativen Strukturen steht dabei die Rekonstruktion der zentralen *Deutungsrahmen*, da diese als wichtige Elemente der narrativen Struktur angesehen werden. Deutungsrahmen sind als „Wahrnehmungsstrukturen“ (op.cit., S. 190) zu verstehen, die durch bestimmte rhetorische Mittel, Wiederholungen, Wertungen und Problemdefinitionen konstruiert werden. Narrative Strukturen sind Viehöver zufolge mit den „Mythen einfacher Gesellschaften“ (op.cit., S. 183) vergleichbar, denen bestimmten Rollenzuschreibungen (z.B. „Held/Anti-Held“) und moralische Gegensätze sowie Widersprüche zugrunde liegen. Daher wird in der Analyse der narrativen Struktur untersucht, auf welche Art und Weise reale Akteure als „Aktanten“ in dem Diskursfragment auftauchen. Für die Unterscheidung der „Aktanten“ rekurriert Viehöver auf Greimas, demzufolge insbesondere die *Sender* (Quellen der Werte), *Empfänger* (Zielgruppe der

Werte), *Helden* (Zentrale Figur zur Realisierung der Werte), *Anti-Helden* (Repräsentationen der negativen Werte) sowie *Helper* (Unterstützer der Helden oder Anti-Helden) unterschieden werden können (op.cit., S. 198, vgl. auch Greimas 1970). Dabei können einzelne reale Akteure Viehöver zufolge auch „Doppelrollen“ in der Aktantenstruktur besetzen. Daran anschließend wird untersucht, welche „Geschichte“ sich aus der Verbindung der Aktanten, sowie der Verbindung mit Deutungsrahmen und Phänomenstrukturen ergibt.

7. Untersuchung

7.1 Datenkorpus: Ergebnisse der Stichwortsuche

Der Zugriff auf die Artikel der *Times* bzw. der *Süddeutschen Zeitung* erfolgte über das Online-Portal des Zeitungs- und Pressearchivs der Universität Münster. Dieses ermöglichte den Zugriff auf die Archive beider Zeitungen über das gleiche Suchportal, sodass die Recherche in beiden Fällen auf dem gleichen Vorgehen beruhte. Für die *Times* wurde für den Zeitraum vom 01.01.2004 bis zum 31.12.2006 unter dem Stichwort „Corporate Social Responsibility“ gesucht, was bereits zu einer Trefferanzahl von 49 Artikeln führte. Da der englische Begriff der Corporate Social Responsibility in der *Süddeutschen Zeitung* nur zu 17 Treffern führte, wurden hier zudem weitere aus der Fragestellung abgeleitete Stichworte verwendet, die im Folgenden mit der jeweiligen Trefferzahl angegeben werden: „Globale soziale Verantwortung Unternehmen“ (12 Artikel), „sozial-ökologische Nachhaltigkeit“ (2 Artikel), „Unternehmen Menschenrechte“ (5 Artikel), „Unternehmen Arbeitsrechte“ (2 Artikel). Die Zusammenstellung der Zeitungsartikel wurde anschließend nach dem Kriterium bereinigt, in welchem Maße das Thema Unternehmensverantwortung in dem Artikel berücksichtigt wurde. Tauchte CSR nur als absolutes Randthema auf, so wurde der Artikel ausgeschlossen. Nach dieser Methode wurden für die *Times* 8 Artikel, und für die *Süddeutsche Zeitung* 4 Artikel ausgeschlossen. Insgesamt umfasste der Datenkorpus nach der Bereinigung somit 41 Artikel für die *Times* und 34 Artikel für die *Süddeutsche Zeitung*.

Darüber hinaus umfasste der Datenkorpus die zuvor erläuterten Regierungsdokumente auf deutscher und britischer Seite sowie die CSR-Empfehlungen des Rats für Nachhaltige Entwicklung.

7.2 Phänomenstrukturen

Die Kodierung im Hinblick auf die Phänomenstrukturen ergab eine Gesamtzahl von 80 Kodes für den ersten Zeitabschnitt des britischen CSR-Diskurses und 56 Kodes für den zweiten Zeitabschnitt sowie 102 Kodes für den deutschen CSR-Diskurs. Daraus wurden sechs *Kodierfamilien* gebildet: *Dimensionen* und *Vorteile* von CSR, *Popularität* von CSR *in der Gesellschaft*, *Problem*, *Problemlösung* und *Zuständigkeiten*. Die Ergebnispräsentation konzentriert sich hier auf jene Bereiche, in denen deutliche Ausprägungsunterschiede zwischen den beiden Zeitabschnitten des britischen sowie des deutschen CSR-Diskurses festzustellen sind.

Bezüglich der *Dimensionen von CSR* ist auffällig, dass nationale Belange mit 7 Ausprägungen in beiden Abschnitten des britischen Diskurses eine wesentlich geringere Rolle spielen als im deutschen CSR-Diskurs, der 20 Ausprägungen im Bereich *Nationale Belange* enthält (siehe Tabelle 1). Im Bereich *Popularität von CSR in der Gesellschaft* wurden im britischen CSR-Diskurs in beiden Zeitabschnitten insgesamt neun Codes offen gelegt. Für den deutschen CSR-Diskurs wurden in dieser Kodierfamilie hingegen nur fünf Ausprägungen festgestellt. Die Kodierfamilie *Vorteile von CSR für Unternehmen* ist mit 23 Ausprägungen im gesamten britischen Diskurs deutlich stärker vertreten als im deutschen (9 Ausprägungen), wobei auffällt, dass diese Kategorie im ersten Zeitabschnitt des britischen Diskurses im Vergleich zum zweiten Abschnitt häufiger auftritt. Die Kodierfamilie *Problem* tritt im gesamten Zeitraum des britischen Diskurses mit 22 Ausprägungen auf. Auffällig ist, dass die *Sinnhaftigkeit von CSR* im zweiten Zeitabschnitt des britischen Diskurses mit 8 Ausprägungen deutlich stärker als *Problem* angesehen wird als im ersten Zeitabschnitt mit 3 Ausprägungen. Im deutschen CSR-Diskurs enthält die Kodierfamilie *Problem* 16 Ausprägungen und ist damit wiederum schwächer vertreten als im britischen Diskurs. Die im britischen Diskurs so wichtige Kategorie *Problem Sinnhaftigkeit von CSR* tritt im deutschen CSR-Diskurs nicht auf.

Die Kodierfamilie *Problemlösung* enthält im ersten Abschnitt des britischen CSR-Diskurses insgesamt 16 Ausprägungen, wobei die Kategorie *Problemlösung Regulierung* mit 9 Ausprägungen stärker vertreten ist als die Kategorie *Problemlösung Freiwilligkeit*. Im zweiten Zeitabschnitt ist zudem die Kategorie *Problemlösung Reduzierung von CSR* stärker vertreten als zuvor. Im deutschen CSR-Diskurs taucht die Kategorie *Problemlösung Freiwilligkeit* mit 19 Ausprägungen auf, von denen sechs auf die CSR-Empfehlungen des Nachhaltigkeitsrats entfallen. In der Kategorie *Problemlösung Regulierung* lassen sich im deutschen CSR-Diskurs nur zwei Ausprägungen feststellen. Im Bereich der *Zuständigkeiten* ergibt die Kodierung folgendes Bild. Im ersten Abschnitt des britischen Diskurses wird mit 13 Ausprägungen eine starke Zuständigkeit des Staates angenommen, wobei der größere Teil auf die *Zuständigkeit für Regulierung* im Gegensatz zu nicht-regulatorischen Instrumenten entfällt. Im zweiten Zeitabschnitt sind nur noch zwei Ausprägungen in der Kategorie *Zuständigkeit des Staates für Regulierung* festzustellen. Im deutschen CSR-Diskurs wird der Staat hingegen mit 7 Ausprägungen stark in der Zuständigkeit für freiwillige Instrumente gesehen (6 Ausprägungen entfallen auf den Nachhaltigkeitsrat). Nur zwei Ausprägungen entfallen auf die Zuständigkeit für regulatorische Instrumente. Im Gegensatz zum britischen CSR-Diskurs taucht zudem im deutschen CSR-Diskurs die Kategorie *Zuständigkeit Verbraucher*innen* mit 6 Ausprägungen auf.

Sowohl zwischen dem deutschen und dem britischen Diskurs als auch zwischen den zwei Phasen des britischen Diskurses zeigen sich also bereits auf quantitativer Ebene Unterschiede. Vor dem

Hintergrund unserer Fragestellung ist dabei sofort der Unterschied in der Betonung der Freiwilligkeit im deutschen Diskurs und der regulativen Problemlösung im britischen Diskurs auffällig. Interessant ist in diesem Zusammenhang allerdings auch die Beobachtung, dass die Sinnhaftigkeit von CSR im britischen Diskurs ein häufiges Thema ist, während das im deutschen Diskurs, u.U. aufgrund der sehr eindeutigen (nicht-)regulativen Rahmung, nicht der Fall ist. Auffällig ist auch die große Betonung der Vorteile für CSR für Unternehmen in der frühen Phase des britischen Diskurses, und der starke Kontrast diesbezüglich zur zweiten Phase. Die folgende Untersuchung der Feinstrukturen wird versuchen, diese Beobachtungen zu ergänzen und vertiefen.

Tabelle 1: Ausprägungen im Vergleich⁵

	GB 1	GB 2	D
Dimensionen CSR	17	7	36
Popularität Gesellschaft	4	5	5
Vorteile	14	9	9
Probleme	16	22	17
Problemlösungen	16	8	21
Zuständigkeiten	13	5	14

7.3 *Feinstrukturen*

Im Folgenden werden die Ergebnisse von sechs Feinanalysen dargestellt, von denen sich drei auf den britischen CSR-Diskurs und drei auf den deutschen CSR-Diskurs beziehen.

7.3.1 *Großbritannien*

Für den britischen CSR-Diskurs im Zeitraum vom 01.01.2004 bis 10.03.2005 wurde aufgrund des vergleichsweise kürzeren Zeitraums ein Schlüsseltext für die Analyse herangezogen, während für den Zeitabschnitt nach dem Erlass des OFR zwei Feinanalysen durchgeführt wurden.

⁵ Eine detaillierte Auflistung aller Kategorien mit den jeweiligen Ausprägungen ist in der Tabelle im Anhang aufgeführt.

Department of Trade and Industry (2004): *Corporate Social Responsibility. A Government Update*. London.

Das Positionspapier der britischen Regierung zu CSR wurde nach dem Kriterium der Akteursrelevanz der Regierung als oberstes politisches Steuerungsorgan für den Umgang mit CSR als Schlüsseltext ausgewählt. Es besteht aus vier Kapiteln, in denen die Prioritäten der Regierung in Hinblick auf CSR, die Ergebniskontrolle, die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im Bereich der öffentlichen Hand sowie die zukünftige Strategieweichtung im Bereich CSR beschrieben werden. Das Dokument ist dem institutionellen Feld der Exekutive zuzuordnen und richtet sich neben der breiten Öffentlichkeit insbesondere an Unternehmen und sonstige Interessensgruppen wie aus der explizit betonten Einbeziehung nicht-staatlicher Akteure in die CSR-Strategie der Regierung zu entnehmen ist (S. 12). Die Sprecherpositionen werden mit direkten Zitaten vieler verschiedener Akteure besetzt. Die zentrale Sprecherposition wird vom britischen Minister für „Energy, e-commerce and Postal Services“ eingenommen, der zugleich Minister für CSR ist (S. 3). Dieser spricht sich für eine Kombination des Prinzips der Freiwilligkeit und regulativer Maßnahmen aus, indem er den freiwilligen Charakter von CSR über gesetzliche Mindeststandards hinaus weiter fördern will, dieses freiwillige Engagement jedoch durch einen angepassten gesetzlichen Rahmen inklusive regulatorischer Maßnahmen aktiv vorantreiben möchte (S. 4). Darüber hinaus werden die Staaten des Weltgipfels für Nachhaltige Entwicklung im Jahr 2002 in Johannesburg als Akteure benannt, die sich einem wörtlichen Auszug aus dem „Johannesburg Plan of Implementation“ zufolge für eine aktive Förderung von Verantwortung und Rechenschaft, unter anderem durch die Implementierung zwischenstaatlicher Vereinbarungen sowie angemessener nationaler Regulierung, aussprechen (S. 8). Durch kurze wörtliche Zitate besetzen darüber hinaus verschiedene Vertreter von Interessensgruppen weitere Sprecherpositionen. Dazu gehört ein Vertreter von „Business in the Community“, einer „business-led charity“ (Business in the Community 2011), der die aktivierende Rolle der britischen Regierung in der Förderung von CSR lobt und die Regierung ausdrücklich als aktiven Akteur dargestellt: „The Government has played a key role in enabling, encouraging and recognising business action [...]“ (Department of Trade and Industry 2004, S. 9). Auch der Geschäftsführer einer Beratungsagentur für CSR (*AccountAbility*) beschreibt die für CSR verantwortliche Abteilung *Department for Trade and Industry* als „committed to leading a constructive, critical and forward thinking approach to Corporate Responsibility across Government“ (S. 11). Schließlich kommt der Geschäftsführer eines britischen Unternehmensverbands (CBI) zu Wort, welcher der Regierung einerseits einen „pragmatischen Ansatz“ bescheinigt, andererseits die Gefahr des „Erstickens“ freiwilliger CSR durch legislative Maßnahmen hervorhebt und die Regierung dafür lobt, dass sie dieser Versuchung nicht erlegen

sei (S. 21). Als weiterer Akteur, der jedoch nicht in einer direkten Sprecherposition auftaucht, wird die EU-Kommission benannt, die Europa bis 2010 zum wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsraum der Welt mit nachhaltigem Wirtschaftswachstum, besserem Arbeitsangebot und stärkerem sozialen Zusammenhalt machen möchte (S. 9). In rhetorisch-sprachlicher Hinsicht weist das Dokument auffällig viele rhetorische Fragen auf, die sich auf die Reichweite von CSR, die Relevanz für verschiedene Typen von Unternehmen und schließlich die Kommunikation von CSR beziehen (S. 6-7). Auf diesem Wege wird zunächst die Vielzahl offener Fragen aufgeworfen, die es in Hinblick auf CSR zu beantworten gilt. Anschließend stellt die Regierung klar, dass CSR für Unternehmen jeder Größe und jeder Branche von Bedeutung ist (S. 6) und beantwortet die Frage nach der inhaltlichen Definition von CSR schließlich mit einer Metapher: „[...] CSR is as much as anything a way of thinking about and doing business“ (S. 7). Durch dieses Bild wird ein Verständnis eines in jeglicher Hinsicht in der Unternehmensführung verankerten unternehmerischen Verantwortungsbewusstseins transportiert.

In Hinblick auf die Benennung von Zuständigkeiten und Problemlösungen ergibt sich dabei folgendes Bild: Die Regierung sieht sich selbst in der Verantwortung sowohl regulative als auch nicht-regulative Instrumente zur Förderung von CSR einzusetzen (S. 8). Im Bereich nicht-regulativer Instrumente wird 4 Mal auf die Zuständigkeit für die *Förderung von best-practice Beispielen und Netzwerken sowie Bewusstseinsbildung hingewiesen* (S. 2, 24, 25). In Hinblick auf die Zuständigkeit für regulierende Instrumente wird 5 Mal die *Schaffung eines (zumindest auch) regulativen Rahmens zur Förderung von CSR* genannt (S. 4, 8, 20, 24) sowie 3 Mal die *Gesetzliche Sicherstellung der Einhaltung von Mindeststandards* (S. 2, 4, 16). Ferner wird einmal die Zuständigkeit für eine *Regulatorische Regelung von Geschäften in Entwicklungsländern* (S. 7) benannt. Aus den benannten Zuständigkeiten ist gleichermaßen die Vorstellung einer Problemlösung durch einen gemischt regulatorisch-freiwilligen Ansatz zu entnehmen, weshalb die Problemlösungsansätze an dieser Stelle nicht noch einmal separat kodiert wurden.

Aus dem Zusammenspiel der Sprecherpositionen, die allesamt die Rolle der Regierung zur Förderung von CSR betonen, sowie der Zuschreibung von Aktivität und der Zuständigkeitsbenennungen scheint sich hier in Hinblick auf die narrative Struktur folgende Aktantenstruktur zu ergeben: Die Regierung tritt als „Sender“ des Werts der nachhaltigen Entwicklung auf, der in Bezug auf die Wirtschaft durch die Wahrnehmung von Unternehmensverantwortung verkörpert wird: „To see UK businesses taking account of their economic, social and environmental impacts, and acting to address the key sustainable development challenges [...]“ (S. 2). Gleichzeitig erscheint die Regierung jedoch in einer Doppelrolle; indem ihr wie zuvor erläutert einhellig Aktivität, Einsatzbereitschaft und die

Einnahme einer Schlüsselrolle zugeschrieben wird, erscheint sie gleichzeitig als der „Held“, der die entscheidende Rolle zur Umsetzung des Werts der Unternehmensverantwortung spielt. Dieses Bild wird verstärkt durch die Zuständigkeitsverteilung in den Phänomenstrukturen. Auch die zuvor erläuterte Verwendung rhetorischer Fragen betont die zentrale Rolle der Regierung, indem durch die Fragen zunächst die Vielzahl von Unsicherheiten aufgezeigt wird, bevor die Regierung dann dezidierte Antworten gibt und sich selbst als Akteur in einer Schlüsselrolle darstellt:

CSR is about companies acting voluntarily to raise performance standards beyond legal minimum standards. Government has a key role in setting those standards and providing the right policy environment – including intelligent legislation and fiscal measures where appropriate – which stimulates companies to move beyond that minimum level (S. 20).

Als „Empfänger“ des Werts der Unternehmensverantwortung erscheinen die Unternehmen selbst, denen ein vielfältiger Gewinn durch die Umsetzung desselben versprochen wird, insbesondere in Form eines besseren Ansehens in der Öffentlichkeit (S. 24). Als „Helfer“ treten schließlich die vielen Organisationen in Erscheinung, die in verschiedenen Initiativen an der Förderung von CSR arbeiten (S. 10, 11, 13).

Nach dem Erlass des OFR

Für den CSR-Diskurs im Zeitraum vom 11.03.2005 bis zum 31.12.2006 wurden zwei Schlüsseltexte herangezogen, die nach dem Kriterium des Zeitpunkts der Veröffentlichung ausgewählt wurden.

Young, Bill (2005): Forget social responsibility. In: *The Times*, 05.04.2005, S. 7.

Der Artikel „Forget social responsibility“ vom 05.04.2005 wird als Schlüsseltext ausgewählt, da er nach dem Erlass des OFR am 10.03.2005 der erste *Times*-Artikel im Datenkorpus ist. Inhaltlich geht es um die negativen Konsequenzen, die durch die Berücksichtigung von CSR im öffentlichen und privaten Beschaffungswesen hervorgerufen werden. Als Zeitungsartikel in einer Qualitätszeitung richtet er sich an die breite Öffentlichkeit. Die Sprecherposition wird von Bill Young besetzt, Manager von „Kestrel OPS“, einer Unternehmensberatung, die sich auf die Bereiche Einkauf und Personalmanagement spezialisiert hat (Young 2011). Seiner Ansicht nach ist CSR „Unsinn“ - Einkäufer, die CSR umsetzen, gefährdeten damit die Glaubwürdigkeit des Beschaffungswesens (Young 2005). Als weiterer Akteur werden lediglich „some procurement people“ in Unternehmen oder staatlichen Institutionen genannt, die CSR beim Einkauf berücksichtigen. Der Artikel ist durch eine stark polemische Sprache geprägt, die bereits zu

Beginn das Bild einer außer Kontrolle geratenen Situation entstehen lässt: „Before it gets completely out of hand, somebody has to shout that the emperor has no clothes“. Durch die Metapher des „nackten Kaisers“ wird suggeriert, dass die Mehrheit der Bevölkerung bislang blind dem Ruf nach CSR gefolgt sei, ohne dass sich jemand getraut hat, diesen als Lüge zu entlarven. CSR wird in Hinblick auf die Phänomenstrukturen als Problem klassifiziert, da es grundsätzlich nicht die Aufgabe von Unternehmen sei und das Kerngeschäft beeinträchtige. Sich selbst und seine Berufskollegen im Bereich der Unternehmensberatung klassifiziert der Autor als „down-to-earth thinkers and plain-speaking challengers of trends and fashion“. Diese Positivbesetzung geht einher mit einer Abwertung der Verfechter von CSR unter den Einkäufern, die als „determined to confuse the issues“ dargestellt werden. Aufgabe des Beschaffungswesens sei es, den besten Wert für die Organisation zu bekommen, und nicht etwa „to save the world“. Durch diese Hyperbel werden die CSR-Verfechter als naiv und Größenwahnsinnig dargestellt, die „katastrophalerweise“ nicht die mit CSR verbundenen Probleme sehen. Diese werden mit rhetorischen Fragen dargestellt:

Do they not see how purchasing's credibility is reduced by spending more on local organic food in hospitals instead of on reduced waiting lists? Do they believe that the most miserable people in the world appreciate exclusion from their preferred vendor list because they are too dirt poor to afford their ethical standards?

Mithilfe der genannten Positiv- und Negativbesetzung, der rhetorischen Mittel sowie der aufgezeigten rhetorischen Fragen entsteht eine Geschichte, in der die Unternehmensberater einerseits als „Sender“ des Werts einer reinen Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Grundsätze ohne CSR auftreten sowie gleichzeitig als die potenziellen „Helden“ zur Realisierung dieses Werts: „So for goodness sake, ask the obvious questions about this CSR stuff – before we lose our reputation as down-to-earth thinkers and plain-speaking challengers of trends and fashion“. In den rhetorischen Fragen zeigt sich, dass sie, indem sie die „richtigen Fragen“ stellen, die Glaubwürdigkeit des Beschaffungswesens schützen können, die Kranken in den Krankenhäusern retten können, die sonst wegen CSR-Maßnahmen länger warten müssten, und schließlich auch die Armen in Entwicklungsländern retten können, die sonst von der Zuliefererliste gestrichen würden. Die CSR-Verfechter im Beschaffungswesen werden durch die oben aufgeführten Mittel der Negativbesetzung und Abwertung zu „Anti-Helden“. Neben der bereits oben erwähnten Wendung „Before it gets completely out of hands [...]“ tragen weitere Begriffe wie „shout“, „Disastrously“, „for goodness sake“ zur Konstruktion einer Katastrophenstimmung bei, die der Geschichte einen dramatischen Spannungsbogen verleihen und die „Rettung“ der vielen Opfer des CSR-Wahns durch die Unternehmensberater umso dringlicher erscheinen lassen.

Baker, Gerard (2006): Mind the Gap. With this attack on globalisation. In: *The Times*, 24.10.2006, S. 60.

Als weiterer Schlüsseltext für die Analyse wurde der vorliegende Artikel ausgewählt, da er neben einem weiteren, ebenfalls am 24.10.2006 veröffentlichten Artikel, der letzte Artikel im Datenkorpus vor dem Erlass des Companies Act am 08.11.2006 ist. Inhaltlich geht es um eine Kooperation des amerikanischen Unternehmens GAP mit einer HIV/AIDS-Kampagne, in deren Rahmen die Hälfte des Gewinns durch den Verkauf bestimmter GAP-Produkte in HIV/AIDS-Projekte fließt. In Hinblick auf den institutionellen Hintergrund und das Publikum des Textes gelten die gleichen Annahmen wie für den zuvor analysierten Zeitungsartikel. Die Sprecherposition wird hier von dem Autor Gerard Baker eingenommen, seit 2004 stellvertretender Redakteur von *The Times*, der sich als starker Kritiker von CSR positioniert. Zudem wird die Firma GAP genannt, die mit ihrer CSR-Kampagne zu HIV/AIDS als Befürworter von CSR auftritt, sowie Prominente, die GAP in dieser Kampagne unterstützen. Als weiterer Akteur werden „groups who think the business of capitalism is fundamentally evil“ genannt, womit nach dem Sinnzusammenhang jene Gruppen von Unternehmenskritikern gemeint sind, die sich für CSR einsetzen. Nach der Beschreibung der GAP-Kampagne zu HIV/AIDS zu Beginn des Artikels, die noch vergleichsweise nüchtern ausfällt, wird anschließend ein Deutungsrahmen mit eindeutigen Wertungen konstruiert. Die GAP-Kampagne selbst wird als „latest concession to the galloping forces of CSR“ beschrieben, die “far from helping the benighted of the world, is actually going to make things worse”. Dadurch wird ein Bild der unkontrollierten Ausbreitung von CSR produziert, welche die Lage für die Armen in der Welt noch verschlimmere. Sich selbst beschreibt der Autor als “sick and TI(RED) of companies trying to demonstrate to me how seriously they take their supposed duty to bring joy and remove pain from the world”. Die Kampagne von GAP wird als “[...] case of misguided corporate BULLS (HIT) TING the wrong target” beschrieben. Unternehmen, die, wie in diesem Falle GAP, im Sinne von CSR von ihrer Aufgabe, Profite zu machen, abweichen, „lead their employees and their shareholder down a long, slow route to perdition”.

In der Aktantenstruktur tritt GAP durch diese drastische Negativbesetzung als „Anti-Held“ auf, denn durch die Koalition mit den CSR-befürwortenden Unternehmenskritikern „companies such as GAP are making the world worse for us all [...], nurturing and feeding an anti-business sentiment that will impoverish us all“. Durch die Zusammenarbeit mit GAP treten die Prominenten als “Helfer” der „Anti-Helden“ und werden durch die Metapher „You can almost taste the pity and charity oozing from Ms Cruz’s pouted lips, the love pouring from Mr Spielberg’s dewy eyes” abgewertet. Als weitere „Helfer“ treten die „marketing people [...] on a

mission to save the world“ hinzu, wobei die Hyperbel des Versuchs der Weltrettung diese als irregeleitet qualifiziert. Der Autor tritt ferner als “Sender” des Werts eines nicht regulierten Kapitalismus auf, in dem Unternehmen nur die Aufgabe haben, Profite zu machen. Als „Empfänger“ dieses Werts erscheinen die Unternehmen, die gleichzeitig als „Helden“ auftreten können, sofern sie sich von jeglichen CSR-Maßnahmen fernhalten und nur ihre „real and entirely wholesome responsibility of making money“ verfolgen. „Helfer“ der Helden sind in dieser Geschichte die „shareholders“, die aufmerksam und besorgt werden sollten, wenn „managements decide [...] to make common cause with those who oppose the very principles on which their business is conducted“. Dabei wird nicht die Wohltätigkeit durch Unternehmen an sich als das Problem dargestellt, sondern vielmehr die Zusammenarbeit mit jenen Kritikern, die die Geschäftstätigkeit von Unternehmen als „inherently immoral“ ansehen. Durch die Kombination der Vielzahl rhetorischer Figuren, Problemzuschreibungen und Wertbezüge entsteht eine Geschichte, in der die „kapitalismustreuen“ Unternehmen als potenzielle „Helden“ die Aufgaben haben, den Wert des nicht regulierten Kapitalismus gegen ihre fehlgeleiteten Berufskollegen zu verteidigen, die durch die Zusammenarbeit mit den kapitalismusfeindlichen Kritikern den Wohlstand der gesamten Bevölkerung gefährden.

7.3.2 Deutschland

Für den deutschen CSR-Diskurs wurden ein nach der Methode des *theorieorientierten Samplings* ausgewählter Schlüsseltext sowie jeweils ein nach der Methode der *minimalen* und der *maximalen Kontrastierung* ausgewähltes Dokument untersucht.

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2004): *Fortschrittsbericht 2004. Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung*. Berlin.

Wie auch die Positionspapiere der britischen Regierung wurde der Fortschrittsbericht der Bundesregierung zur Umsetzung der im Jahr 2002 vorgestellten nationalen Nachhaltigkeitsstrategie nach dem Kriterium der Akteursrelevanz ausgewählt. Der endgültige, im Oktober 2004 verabschiedete Fortschrittsbericht umfasst insgesamt 240 Seiten. Davon befasst sich ein knapp zweiseitiger Abschnitt (S. 139 – 141) mit dem Thema Corporate Social Responsibility, der die Grundlage für die Feinanalyse darstellt. Das Dokument ist dem institutionellen Feld der Exekutive zuzuschreiben. Herausgeber des Berichts ist das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, das für die Öffentlichkeitsarbeit derselben zuständig ist. Hier ist zu beachten, dass dem Dokument eine öffentliche Dialogrunde mit dem Titel „Dialog

Nachhaltigkeit“ voranging. In diesem Rahmen diskutierte die Bundesregierung über mehr als sechs Monate mit verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen über die Inhalte des Fortschrittsberichtes, insbesondere über die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Schwerpunktsetzung (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2003). Adressat des endgültigen Berichtes ist die breite Öffentlichkeit als Wählerschaft. Der Bericht ist potenziell für alle Interessierten zugänglich, da er kostenlos auf der Webseite des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung zum Download bereit steht. Eine Druckversion ist dem Impressum zufolge auf Anfrage erhältlich.

Die zentrale Sprecherposition wird, wie zu erwarten, von der Bundesregierung eingenommen. Diese tritt mit einer eindeutigen Positionierung für ein auf Freiwilligkeit basierendes Konzept der Unternehmensverantwortung auf: „Die Bundesregierung hält die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen auf freiwilliger Basis für notwendig, um die Globalisierung nachhaltig zu gestalten“ (S. 140). Als weiterer Akteur werden die Staaten des UN-Weltgipfels für Nachhaltige Entwicklung in Johannesburg genannt, die die Förderung von CSR und die Anregung der Industrie zur besseren Implementierung von Verhaltenskodizes befürworten. Die Teilnehmerstaaten des G8-Gipfels im Jahr 2003 befürworten „freiwillige Initiativen von Unternehmen“ (ibid.) und „appellieren“ (ibid.) an die Wirtschaft für deren Umsetzung. Das Netzwerk „Runder Tisch Verhaltenskodizes“, bestehend aus Regierungs- und Unternehmensvertretern sowie Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften, positioniert sich ferner als Akteur im Sinne der Weiterentwicklung „freiwilliger Verhaltenskodizes zur Verbesserung der Umwelt- und Sozialstandards in Entwicklungsländern“ (S. 141). Die EU-Kommission wird schließlich als Akteur genannt, der die Verbreitung von Best-Practice-Beispielen, Informationsaustausch und die Netzwerkbildung fördern will.

Die Definition der Problemstellung erfolgt gleich zu Beginn des Abschnitts mit der Feststellung: „Wo nationale Verpflichtungen fehlen oder nur unzureichend umgesetzt werden, ist die Beachtung von Grundsätzen verantwortungsvoller Unternehmensführung durch die Wirtschaft von entscheidender Bedeutung“ (S. 140). Obwohl hier die Notwendigkeit der Einhaltung von Prinzipien der „verantwortungsvollen Unternehmensführung“ formuliert wird, bleibt an dieser Stelle sowie in dem gesamten mit diesem Thema befassten Textabschnitt offen, *welche* Grundsätze mit konkret umfasst sind. Gerade durch die bewusste Auslassung der vielen vorhandenen inhaltlichen Definitionen von CSR erscheint diese Passage als Leerstelle, die als Strategie angesehen werden kann, um den Begriff in inhaltlicher Hinsicht bewusst offen und unbestimmt zu halten.

In rhetorisch-sprachlicher Hinsicht zeichnet sich der Text durch eine nüchterne, wenig bildhafte Sprache aus. Auffällig ist jedoch die Häufung der Verben „fördern“, „anregen“, „appellieren“, „bestärken“, die allesamt einen Handlungsmodus der Bestärkung und Einrahmung beschreiben (ibid.). Des Weiteren ist eine deutliche Begriffswiederholung des Wortes „freiwillig“ zu erkennen, das viermal im direkten Zusammenhang mit der Umsetzung von Unternehmensverantwortung verwendet wird. In diesem Sinne gestalten sich auch die Benennung der Problemlösung und der Zuständigkeiten.

Als Problemlösung wird ausschließlich das Prinzip der Freiwilligkeit benannt. Dies erfolgt einerseits in Form genereller Bekenntnisse zu einem auf Freiwilligkeit beruhenden CSR-Ansatz, wie in der bereits oben genannten Eigenpositionierung der Bundesregierung, in der sie auch ihre Zuständigkeit als Unterstützungsinstanz für freiwilliges Engagement klärt, sowie in der ebenfalls bereits dargestellten Nennung des G8-Gipfels. Andererseits werden ausschließlich freiwillige Instrumente der Unternehmensverantwortung aufgezählt: Die OECD-Guidelines, der Global Compact, freiwillige Verhaltenskodizes und Dialog- und Netzwerkbildung. Durch das Zusammenspiel der fehlenden inhaltlichen Definition von CSR, der häufigen Wiederholung von „freiwillig“, der Verwendung ähnlicher Verben sowie der einseitigen Benennung von Problemlösungsvorschlägen entsteht ein Deutungsrahmen, in dem die Wahrnehmung von Unternehmensverantwortung als besonderer Pluspunkt, nicht jedoch als selbstverständliche, grundlegende Pflicht aller Unternehmen anzusehen ist.

In Hinblick auf die narrative Struktur lässt sich in Kombination mit diesem Deutungsrahmen folgende Aktantenstruktur identifizieren: Die Staaten des Weltgipfels für Nachhaltige Entwicklung in Johannesburg und des G8-Gipfels (und damit auch die Bundesregierung) treten als „Sender“ des Wertes der Unternehmensverantwortung in Erscheinung. „Empfänger“ dieses Wertes sind die Unternehmen, die aufgefordert werden, verantwortungsvoll zu handeln. Gleichzeitig erfüllen die Unternehmen jedoch eine Doppelrolle. Da es durch die oben erläuterte starke Betonung des Freiwilligkeitsprinzips explizit ihrer eigenen Entscheidung überlassen wird, ob sie den Wert der Unternehmensverantwortung umsetzen oder nicht, sind sie gleichzeitig die „Helden“, wenn sie die zentrale Rolle zur Realisierung des Werts einnehmen. Die Unternehmensrolle als „Helden“ wird insbesondere bei „schwachen staatlichen Strukturen und fehlender Überwachung“ (S. 140) deutlich, da Unternehmen gerade hier durch ihren freiwilligen Einsatz dem Wert der verantwortungsvollen Unternehmensführung zum Durchbruch verhelfen können. Als „Helfer“ für die Erfüllung dieser ehrenhaften Aufgabe erscheinen dabei die Leitsätze der Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), der Global Compact, der Runde Tisch Verhaltenskodizes sowie das Multi-Stakeholder-Forum der EU.

Rat für nachhaltige Entwicklung (2006): *Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt. Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für nachhaltige Entwicklung. Berlin.*

Die CSR-Empfehlungen des Nachhaltigkeitsrats wurden nach der Methode der minimalen Kontrastierung in Bezug zum zuvor analysierten Schlüsseltext ausgewählt, da sie, wie im Folgenden dargestellt wird, eine starke Nähe zu den Merkmalen des Schlüsseltextes aufweisen. Der Nachhaltigkeitsrat wurde von der Bundesregierung gegründet und wird durch diese finanziert, auch die Mitglieder werden von derselben ernannt. Eine institutionelle Unabhängigkeit liegt somit nicht vor, auch wenn die Mitglieder des Rats aus verschiedenen privatwirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Zusammenhängen kommen. In institutioneller Hinsicht kann der Nachhaltigkeitsrat daher als regierungsnahes, nicht-unabhängiges Politikberatungsgremium eingeordnet werden. Die CSR-Empfehlungen richten sich einerseits explizit an die Regierung und Unternehmen, wie bereits aus den Überschriften der ersten beiden Kapiteln zu entnehmen ist (S. 5).⁶ Das dritte Kapitel behandelt zentrale Konfliktpunkte in der Diskussion um CSR und richtet sich neben der Fachöffentlichkeit auch explizit an die breite Öffentlichkeit, der das Thema insbesondere durch die Verwendung alltagsverständlicher Begrifflichkeiten zugänglich gemacht werden soll (S. 34). Das Dokument steht auf der Internetseite des Nachhaltigkeitsrats kostenlos zum Download bereit und ist damit grundsätzlich frei verfügbar.

Die Sprecherposition wird durch den Nachhaltigkeitsrat selbst eingenommen. Dieser vertritt klar die Position eines freiwilligen Ansatzes der Unternehmensverantwortung, bei dem sich die Rolle des Staates auf die Schaffung eines verbindlichen Rahmens für die Vergleichbarkeit der CSR-Informationen von Unternehmen beschränkt (S. 6). Als weitere Akteure werden vier Gruppen mit ihren jeweiligen Positionen benannt, von denen zwei besonders ausführlich dargestellt werden. Dies sind die Gruppe der „aktiven Unternehmen“, die bereits CSR-Aktivitäten verfolgen und sich gegen eine Regulierung durch den Staat wehren, sowie die Gruppe der „Kritiker aus der Zivilgesellschaft“, die gegen das Freiwilligkeitsprinzip und für eine gesetzliche Verbindlichkeit von CSR eintreten (S. 16). Ferner wird die Gruppe der kritischen Unternehmen benannt, welche grundsätzlich die Relevanz von CSR bezweifeln und sich auf das Kerngeschäft der Profitmaximierung berufen, sowie schließlich die Bundesregierung, die als Akteur ohne eindeutige Positionierung beschrieben wird, da sie sich aus der „Diskussion heraushält“ (S. 7) und bisher kein „klares Profil der Unternehmensverantwortung, wie sie in Deutschland wahrgenommen wird“ (S. 2) formuliert hat. Dabei habe sie „mehr Möglichkeiten (...), als sie bisher in Teilschritten durch einzelne Aktivitäten verschiedener Ressorts wahrgenommen hat“ (S.

⁶ Diese lauten „Drei Empfehlungen an die Bundesregierung“ und „Drei Empfehlungen an die Wirtschaft“.

7). Durch diese Darstellung wird die Bundesregierung als passiver Akteur qualifiziert. In Hinblick auf die Unternehmen stehen die „aktiven Unternehmen“ im Vordergrund, die „seit einiger Zeit die Zahl von Aktivitäten“ (S. 2) steigern, „die Herausforderung angenommen“ (ibid.) haben, „innovative Beispiele“ (S. 22) abliefern und „kreativ“ (S. 3) nach passenden Formen der Berichterstattung suchen. Unternehmen werden damit im Gegensatz zur Bundesregierung überwiegend als aktiv dargestellt.

Damit zusammenhängend ist *Freiwilligkeit* der zentrale Problemlösungsansatz. Die Begriffe „beispielgebend“ bzw. „gute/beeindruckende Beispiele“ werden in Hinblick auf das freiwillige CSR-Engagement von Unternehmen vier Mal wiederholt, ferner wird freiwilliges CSR-Engagement mit der Metapher einer „Kultur der Verantwortung und Selbstverpflichtung“ (S. 6) beschrieben, was eine deutliche Positivbesetzung freiwilliger Ansätze mit sich bringt. Regulierende Ansätze werden hingegen ausschließlich mit negativen Begriffen besetzt: sie würden etwa „der Vielfalt von guten Praxisbeispielen hinterherlaufen“ (S. 22). Das Beispiel der Umweltgesetzgebung sei nicht anwendbar, denn: „Im Falle von CSR geht es nicht darum, Fehlverhalten zu bestrafen, sondern Vorbildverhalten zu belohnen“ (S. 24). Diese Aussage ist einerseits als strategische Leerstelle anzusehen, da sie die vielen anderen Ansichten in Hinblick auf Inhalt und Regelungsabsicht von CSR ausschließt und diese Definition als die einzig Wahre darstellt. Andererseits wird durch diese Definition der Vergleich mit dem vorangegangenen Positivbeispiel der Umweltgesetzgebung ausgeschlossen und stattdessen das Negativbeispiel „langwieriger und schleppender Umsetzungen multilateraler Verhandlungen“ (ibid.) angeführt. Verstärkt wird diese Darstellung durch die Formulierungen „Unbestritten ist die erstaunlich hohe Zahl guter Beispiele für Unternehmensverantwortung“ (S. 16) und „Man sollte meinen, dass die Beispiele zunehmender gesellschaftlicher Verantwortung [von Unternehmen] auf ungeteilte Zustimmung stoßen“ (ibid.). Der Begriff „unbestritten“ ruft das Bild eines Allgemeinkonsenses hervor, der angesichts der vielen Kritiker keineswegs besteht und stellt damit abermals eine Leerstelle dar, während die zweite Aussage den Eindruck hervorruft, dass jeder mit „gesundem Menschenverstand“ diese Beispiele selbstverständlich befürworten sollte. Weitere Leerstellen stützen diesen Deutungsrahmen: „Die Globalisierung erfordert eine aktive Gestaltung, um nicht von nachhaltigen Trends im Ressourcenverbrauch, der Umweltnutzung und bei sozialen Standards wegzukommen“ (S. 1). Hier wird der Eindruck erweckt, dass die Mehrheit der Unternehmen bereits diese „nachhaltigen Trends“ verfolgen würde. Dass die Existenz umfassender Nachhaltigkeitskonzepte, die sich unabhängig kontrolliert auf die Gesamtheit des Unternehmens inklusive der globalen Lieferketten beziehen, bislang eher die Ausnahme darstellen, wird ausgeblendet. Ferner werde „unakzeptable unternehmerische Praxis auch weiterhin durch Ordnungsrecht untersagt und korrigiert“ (S. 2). Abermals wird hier die

Vorstellung hervorgerufen, dass jegliche unakzeptablen Praktiken bereits durch geltendes Ordnungsrecht verhindert würden. Die zahlreichen Beispiele von Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen sowie Umweltschäden durch deutsche und europäische Unternehmen, in denen das nicht der Fall ist, werden wiederum ausgeblendet (European Coalition for Corporate Justice 2008; Hütz-Adams 2010, 2011, 2007; Uganda Worker's Education 2011; Wick 2007, 2009).

Im Bereich der Phänomenstrukturen wurde in der Kodierfamilie *Zuständigkeiten* 6 Mal die Kategorie *Zuständigkeit Staat: Förderung von freiwilligem Engagement* vergeben sowie für den Bereich der Problemlösung 9 Mal die Kategorie *Freiwilligkeit*. Des Weiteren fanden sich 3 Ausprägungen in der Kodierfamilie *Vorteile von CSR für Unternehmen* sowie eine Ausprägung in der Kategorie *Nationale Arbeitnehmerbelange* in der Kodierfamilie *Dimensionen von CSR*. Aus dem Zusammenspiel der Aktiv-Passiv-Zuschreibungen, den Phänomenstrukturen sowie der Verwendung von Wiederholungen, Metaphern und Leerstellen ergibt sich ein Deutungsrahmen, der eine starke Wertung zugunsten freiwilliger Ansätze enthält.

Daraus lässt sich folgende Aktantenstruktur rekonstruieren. Als „Sender“ des Werts der Unternehmensverantwortung tritt hier der Nachhaltigkeitsrat auf. Ähnlich wie im zuvor analysierten Nachhaltigkeitsbericht der Bundesregierung treten die Unternehmen einerseits als „Empfänger“ des Werts, sowie die aktiven unter ihnen als „Helden“ zur Realisierung desselben auf, da sie sich freiwillig für diesen Wert einsetzen. Sie haben dem Begriff von CSR zu mehr Bedeutung verholfen und stehen für die Vision der „Übernahme von eigener (selbstbindender) Verantwortung“ (S. 20) als „Teil des Ordnungsrahmens einer neuen Wettbewerbskultur“ (ebd.). Als „Anti-Helden“ treten hingegen die Vertreter der „misstrauisch“ (S. 16) nachfragenden Zivilgesellschaft in Erscheinung. So resultiere die „Abneigung gegen wohlklingende Konzepte, denen als bloße Lyrik unterstellt wird, dass sie die konkreten Rahmenbedingungen letztlich doch nicht ändern“ (S. 18) aus einer „Hilflosigkeit“ (ibid.). Durch diese psychologische Zuschreibung der Kritikursache entsteht ein Bild der Kritiker als ohnmächtige, hilflose Individuen, die vielmehr aus Ratlosigkeit denn aus rationalen Gründen handeln. Ihre Position wird ferner mit den Begriffen „generelle Weltverbesserung“ (S. 25) und „Weltregime“ (ibid.) betitelt, was ein Bild der CSR-Befürworter als naive Idealisten entstehen lässt. Eine „Abrüstung“ (ibid.) zwischen den beiden Seiten sei erforderlich, was dem Konflikt zwischen den „Helden“ den „Anti-Helden“ eine dramatische Note verleiht. Die Bundesregierung soll die aktiven Unternehmen „unterstützen“ (S. 2, 3, 7, 8), eine Formulierung, die in unterschiedlichen Varianten insgesamt 6 Mal wiederholt wird. Durch diese Zuschreibung wird die Bundesregierung als „Helfer“ qualifiziert, ebenso die globale Politik, die „die staatlichen Regulationskonzepte zunehmend ergänzt durch die Suche

nach kooperativen und partnerschaftlichen Lösungsansätzen“ (S. 21). Das Zusammenspiel der aufgezeigten Deutungsrahmen und der Aktantenstruktur fügt sich damit zu einer Geschichte, in der die Mehrzahl der Unternehmen heldenhaft als Vorzeigebispiele einer neuen freiwilligen Verantwortungskultur voranschreitet und mit Unterstützung der Politik gegen Kritiker kämpft, deren naive Regulierungskonzepte die Innovationskraft der Unternehmen zu ersticken drohen.

Unmüßig, Barbara (2005): Ein Versprechen, das nichts wert ist. In: *Süddeutsche Zeitung*, 28.07.2005, S. 2.

Der vorliegende Artikel wurde nach dem Prinzip der maximalen Kontrastierung ausgewählt, da er im Rahmen des Datenkorpus am stärksten von den zentralen Merkmalen des Schlüsseltextes abweicht. Inhaltlich geht es um die Vor- und Nachteile sowie Verbesserungsmöglichkeiten des Global Compact, einer im Jahr 2000 von den Vereinten Nationen ins Leben gerufenen Plattform für CSR, der Unternehmen freiwillig beitreten können (United Nations 2011). Institutioneller Hintergrund des Artikels ist der Qualitätsjournalismus. Der Artikel richtet sich an die breite Öffentlichkeit, und kann mit einer Auflage der *Süddeutschen Zeitung* von 428.874 verkauften Exemplaren potenziell eine große Anzahl von Zeitungslesern und -Leserinnen erreichen. Die zentrale Sprecherposition wird von der Autorin Barbara Unmüßig eingenommen, Vorsitzende der Heinrich-Böll-Stiftung. Sie plädiert für eine Kombination von freiwilligen und gesetzlichen Ansätzen im Umgang mit CSR. Des Weiteren werden Kofi Annan, Gründer des Global Compact, sowie die Verfechter desselben als Akteure genannt. Diese befürworten den freiwilligen Charakter des Global Compact. Auf der anderen Seite steht die Gruppe der Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften als Kritiker der freiwilligen Natur des Global Compact. Als weitere Akteure treten jene Unternehmen auf, die für die Beibehaltung des Freiwilligkeitsprinzips im Global Compact sind sowie jene, die bereits selbst auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit achten und eine Verrechtlichung des Global Compact befürworten.

Durch den Verweis auf den Appell Kofi Annans an die Mitgliedsunternehmen des Global Compacts, „die zehn Prinzipien auch tatsächlich umzusetzen und darüber – freiwillig – zu berichten“, werden die Mitgliedsunternehmen als passiv dargestellt. Dieses Bild wird insbesondere in Hinblick auf die deutschen Unternehmen konstruiert, indem der Hinweis angeführt wird, dass von den 2025 registrierten Unternehmen des Global Compact nur 37 aus Deutschland stammen. Durch die Metapher, dass die Kombination von freiwilligen und gesetzlichen CSR-Ansätzen „nicht länger Lippenbekenntnis“ bleiben dürfte, werden auch die Vereinten Nationen als passiver Akteur eingestuft. Die Metapher des „Versprechens“ im Titel des Artikels erinnert an Abmachungen, die lediglich einer moralischen Bindungskraft unterliegen,

während die Formulierung Kofi Annan „hofiert dabei vor allem die Privatwirtschaft“ (ebd.) darauf hindeutet, dass der Global Compact in erster Linie Unternehmensinteressen diene. Gleichzeitig lässt die Metapher des „Unbedenklichkeitsstempel(s)“ den Eindruck eines unbedachten, zu kurz gegriffenen Handelns der Vereinten Nationen entstehen. Darüber hinaus weist der Artikel eine auffällige Wiederholung von Begriffen auf, die mit dem Bereich der Regulierung verbunden sind: Die Begriffe „Regeln/Regelungen“ sowie „Pflichten“, „Standards“ und „Beschwerden“ werden jeweils 3 Mal wiederholt, das Wort „rechtsverbindlich“ sogar 4 Mal. Schließlich wird festgestellt, dass der Global Compact „offensichtlich“ nur ein zusätzliches Instrument neben regulatorischen Elementen sein könne. Als Probleme von CSR werden die fehlenden Kontrollen und Sanktionsmöglichkeiten sowie der Imagecharakter des Global Compact genannt, als Problemlösung entsprechend die Regulierung in Form völkerrechtsverbindlicher Regeln, für deren Erlass die Vereinten Nationen zuständig seien. Aus der Gesamtheit dieser rhetorischen Mittel sowie der Phänomenstrukturen entsteht ein Deutungsrahmen, der die alleinige Verwendung des Freiwilligkeitsansatzes am Beispiel des Global Compact als sinnlos herabstuft und nur die Kombination mit einer verbindlichen Regulierung als zielführend für die Umsetzung von CSR erachtet.

Ferner zeigt sich eine Aktantenstruktur, in der Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften als „Sender“ des Werts der Unternehmensverantwortung auftreten, indem sie etwa auf „Kinder- und Zwangsarbeit, gesundheitsgefährdende Pestizideinsätze, Ausbeutung von Frauen“ hinweisen. „Empfänger“ des Werts sind die Unternehmen, die zur Umsetzung von CSR bewegt werden sollen. Der (potenzielle) „Held“ sind in dieser Geschichte die Vereinten Nationen, die durch die Weiterentwicklung des Global Compact in ein verbindliches, sanktionsbewehrtes Instrument sowie die Einführung verbindlicher Regelungen als Ergänzung zu freiwilligen Ansätzen den Wert der Unternehmensverantwortung realisieren können. Als „Anti-Helden“ treten die Verfechter des Freiwilligkeitsprinzips innerhalb des Global Compacts auf. In Kombination mit den erörterten Deutungsrahmen ergibt sich daraus eine Geschichte, in welcher sich der Held, die Vereinten Nationen, aus seiner Lethargie befreien muss, um gegen das Feld der Freiwilligkeitsbefürworter (Anti-Helden) dem Wert der unternehmerischen Verantwortung durch die Einführung verbindlicher Regelungen endgültig zum Durchbruch zu verhelfen.

8. Implikationen der Untersuchungsergebnisse

Im Folgenden werden die Untersuchungsergebnisse in Hinblick auf die Fragestellung und die aufgeworfenen Hypothesen diskutiert, woran sich ihre kritische Reflektion anschließt.

8.1 Interpretationen der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Analyse zeigen grundlegende Unterschiede in den Formationsprinzipien der beiden Diskurse auf, die im Folgenden dargestellt werden. Um einen Vergleich zu ermöglichen, werden die Ergebnisse zum britischen CSR-Diskurs einerseits als Ganzes in einen Vergleich zu seinem deutschen Pendant gestellt, sowie andererseits in Hinblick auf die Merkmale der beiden einzelnen Zeitabschnitte interpretiert.

Strukturmerkmale des gesamten britischen CSR-Diskurs

Insgesamt lassen sich für den britischen „Gesamtdiskurs“ zu CSR folgende Strukturmerkmale herauskristallisieren: Er zeichnet sich im Vergleich zum deutschen CSR-Diskurs durch eine stärkere Betonung der Popularität von CSR in der Bevölkerung aus, wobei auch die Vorteile von CSR für Unternehmen vergleichsweise deutlicher in den Vordergrund gestellt werden. Auf der anderen Seite steht eine kritischere Perspektive auf CSR; einerseits in Form der Kritik an den Problemen von CSR und dabei insbesondere am Problem des Scheinengagements, andererseits in Form einer Fundamentalkritik, welche die Sinnhaftigkeit von CSR als Ganzes in Frage stellt. In Hinblick auf die Rolle des Staates zeigt sich eine deutlich stärkere Betonung regulatorischer Maßnahmen als Problemlösung sowie als Zuständigkeit der Regierung. Im Vergleich der Ergebnisse der Feinanalysen zeigt sich ferner, dass die britische Regierung ein anderes Verständnis von freiwilligem CSR-Engagement als die Bundesregierung sowie der Nachhaltigkeitsrat als beratendes Organ vorbringt. Während „Freiwilligkeit“ von CSR in den Darstellungen der Bundesregierung und des Nachhaltigkeitsrats den Verzicht auf jegliche regulatorische Maßnahmen zur Förderung des Engagements von Unternehmen bedeutet (Presse- und Informationsdienst der Bundesregierung 2004; Rat für nachhaltige Entwicklung 2006, S. 6), schließt die Definition der britischen Regierung nicht aus, dass zur Förderung des Unternehmensengagements auch regulatorische Maßnahmen ergriffen werden können (Department of Trade and Industry 2004).

Strukturmerkmale vor Erlass des OFR

Die Phänomenstrukturen sowie die Feinanalyse im Zeitabschnitt vor Erlass des OFR in Großbritannien weisen im Vergleich zu dem Zeitraum danach eine stärkere Betonung der Vorteile von CSR für Unternehmen auf⁷, während gleichzeitig die Probleme von CSR weniger starke Berücksichtigung finden. Das Prinzip der Freiwilligkeit tritt als Problemlösung nur im ersten Zeitabschnitt auf⁸, wird jedoch von der Problemlösung Regulierung dominiert⁹. Außerdem zeigt sich, dass auch die Zuschreibung einer Zuständigkeit des Staates für Regulierung im ersten Zeitabschnitt deutlich häufiger auftritt¹⁰.

Strukturmerkmale nach Erlass des OFR

Der Zeitabschnitt des britischen CSR-Diskurses nach dem Erlass des OFR zeichnet sich hingegen durch eine deutliche Zunahme der Problemdefinition im Sinne der Sinnhaftigkeit von CSR aus¹¹. Damit geht eine Zunahme der Forderung nach einer Reduzierung von CSR als Problemlösung einher¹² sowie eine weniger starke Betonung der Vorteile von CSR für Unternehmen. Auch in den Feinanalysen zeigt sich, dass der vermittelte Wert nicht mehr CSR als solches ist, wie noch in der Feinanalyse für den ersten Zeitabschnitt, sondern im Gegenteil die Verfolgung einer profitorientierten Unternehmensstrategie ohne jegliche Berücksichtigung von CSR. Somit erscheint der zweite Zeitabschnitt des britischen CSR-Diskurses weitaus stärker als der erste durch Deutungskämpfe in Hinblick auf die Sinnhaftigkeit von CSR als Ganzes geprägt. In Hinblick auf den politischen Umgang mit CSR könnte diese insgesamt deutlich skeptischere und negativere Besetzung von CSR mit zu der Rücknahme des OFR und dem späteren Erlass des weitaus weniger regulatorisch eingreifenden Companies Act beigetragen haben.

Strukturmerkmale des deutschen CSR-Diskurses

Zentrales Merkmal der Phänomenstrukturen des deutschen CSR-Diskurses ist vor allem die auffällig große Thematisierung des Aspektes der Freiwilligkeit von CSR¹³ sowie die vergleichsweise geringeren Betonung einer Zuständigkeit des Staates für Regulierung¹⁴. Dies wird ergänzt durch die nur im deutschen Diskurs auftretende Zuständigkeit der Verbraucher*innen,

⁷ 14 Ausprägungen im ersten Zeitabschnitt, 9 Ausprägungen im zweiten Zeitabschnitt.

⁸ 5 Ausprägungen.

⁹ 9 Ausprägungen.

¹⁰ 9 Ausprägungen im Vergleich zu 2 Ausprägungen im zweiten Zeitabschnitt.

¹¹ 8 Ausprägungen im Vergleich zu 3 Ausprägungen im ersten Zeitabschnitt.

¹² 7 Ausprägungen im Vergleich zu 2 Ausprägungen im ersten Zeitabschnitt.

¹³ 20 Ausprägungen im Vergleich zu 5 Ausprägungen im gesamten britischen Diskurs.

¹⁴ 2 Ausprägungen im Vergleich zu 11 Ausprägungen im gesamten britischen CSR-Diskurs.

welche die Zuständigkeit für die Durchsetzung von CSR im Vergleich zum britischen Diskurs stärker auf das Individuum Verbraucher/in als auf den Staat lenkt. Auch fällt für den deutschen CSR-Diskurs auf, dass die nationalen Belange im Bereich von CSR weitaus dominanter als im britischen CSR-Diskurs sind¹⁵. Interessanterweise spielen die Arbeitnehmerbelange im deutschen Diskurs ebenfalls eine weitaus größere Rolle als im britischen Gesamtdiskurs.¹⁶ Darüber hinaus zeigen sich deutliche Unterschiede in der Problemkonstruktion, da die britische Frage der Sinnhaftigkeit von CSR überhaupt nicht auftaucht, dafür jedoch die fehlende CSR-Strategie der Bundesregierung sowie die Frage der Möglichkeit der gesetzlichen Regulierung transnationaler Konzerne angesprochen werden. Als kennzeichnendes Strukturmerkmal des deutschen CSR-Diskurses erscheint damit die Einigkeit über die Sinnhaftigkeit, also das „Ob“ von CSR, während sich die Deutungskämpfe stärker auf die Mittel zur Durchsetzung von CSR, also auf das „Wie“ beziehen. Hier ist eine Dominanz des Konzepts der Problemlösung durch freiwillige Maßnahmen auffallend.

Wie die Feinanalysen gezeigt haben, wird dieser Deutungsrahmen von zwei mächtigen Akteuren, der Bundesregierung sowie dem Rat für Nachhaltige Entwicklung gestützt. Beide konstruieren eine Wahrnehmung der Unternehmen als „Helden“. Der deutsche CSR-Diskurs ist damit durch das Merkmal einer grundsätzlich einheitlichen Deutung in Hinblick auf die Notwendigkeit von CSR geprägt. Bezüglich der Strukturierungsprozesse weist der deutsche CSR-Diskurs eine vergleichsweise häufigere Anwendung von Ausschließungsstrategien auf, die sich etwa durch die in den Feinanalysen aufgezeigte häufige Verwendung von Leerstellen sowie der Verwendung ausschließender Problemdefinitionen wie etwa der Herausforderung wenn nicht behaupteten Unmöglichkeit der gesetzlichen Regulierung transnationaler Konzerne äußern.

Die erste Hypothese, die eine stärkere Skepsis gegenüber der Ernsthaftigkeit von CSR-Maßnahmen und eine stärkere Berücksichtigung regulatorischer Möglichkeiten des Staates im britischen Gesamtdiskurs im Vergleich zum deutschen CSR-Diskurs annimmt, erscheint somit als bestätigt. Eine stärkere Betonung regulatorischer Möglichkeiten ist, wie zuvor ausgeführt, eindeutig zu erkennen. Zweitens zeigt die vergleichsweise stärkere Betonung der Probleme von CSR eine skeptischere Grundwahrnehmung von CSR auf.

Auch ist die stärkere Berücksichtigung regulatorischer Maßnahmen wie in der zweiten Hypothese vermutet im ersten Zeitabschnitt des britischen CSR-Diskurses stärker ausgeprägt. Der zweite Zeitabschnitt ist jedoch, anders als angenommen, nicht etwa durch eine geringere Skepsis gegenüber der Ernsthaftigkeit von CSR-Maßnahmen geprägt, sondern vielmehr durch einen

¹⁵ 20 im Vergleich zu 7 Ausprägungen.

¹⁶ 9 Ausprägungen im Vergleich zu 1 Ausprägung.

Deutungsrahmen, der die Sinnhaftigkeit von CSR als Ganzes in Frage stellt, wie sowohl die Analyse der Phänomenstrukturen als auch die Feinanalysen des zweiten Zeitabschnitts gezeigt haben.

Angesichts des begrenzten Rahmens der Arbeit und der damit notwendigerweise einhergehenden Einschränkungen insbesondere hinsichtlich des Datenkorpus müssen die Ergebnisse der hier durchgeführten Untersuchung vorsichtig interpretiert werden. Sie erlauben nur den Blick auf einen kleinen Teil des öffentlichen Diskurses zu CSR. Die vorliegende Untersuchung erhebt daher nicht den Anspruch, für die Gesamtheit der CSR-Diskurse der beiden Länder zu sprechen, sondern ist vielmehr als Rekonstruktion eines Ausschnitts desselben anzusehen. Diese oben dargestellte Rekonstruktion dieses Ausschnittes stellt nichts desto trotz erste interessante Einsichten hinsichtlich der unterschiedlichen Konstruktion der Diskurse und Konstruktionsmöglichkeiten von CSR bereit.

9. Fazit

Die vorgestellte Untersuchung hat gezeigt, dass sich die Strukturmerkmale der öffentlichen Diskurse zu Corporate Social Responsibility in Deutschland und Großbritannien zunächst einmal insbesondere in Hinblick auf die konstruierten Phänomenstrukturen unterscheiden: Es sind deutliche Unterschiede im Bereich der Dimensionen von CSR, der Vorteile für Unternehmen, der damit verbundenen Probleme sowie der Problemlösungen und der Zuständigkeiten festzustellen. So hat sich gezeigt, dass der britische CSR-Diskurs vor dem Erlass des OFR im Vergleich zum Zeitraum danach sowie auch im Vergleich zum deutschen Diskurs eine stärkere Betonung der Vorteile von CSR für Unternehmen enthält. Ferner werden hier die Möglichkeit regulatorischer Vorgaben zu CSR sowie die Zuständigkeit der Regierung für regulatorische Instrumente weitaus häufiger genannt als in den genannten Vergleichseinheiten. Während vor dem Erlass des OFR die Umsetzung von CSR als Wert formuliert wurde, wurde in zwei Schlüsseldokumenten des Zeitraums danach das genaue Gegenteil, nämlich die Verfolgung einer rein profitorientierten Unternehmensstrategie als Wert konstruiert. Im Zeitraum nach dem Erlass des OFR stellt der britische CSR-Diskurs darüber hinaus in weitaus stärkerem Maße als zuvor die grundlegende Sinnhaftigkeit von CSR in Frage, während die Vorteile von CSR für Unternehmen weniger Berücksichtigung finden.

Im deutschen CSR-Diskurs stehen demgegenüber vergleichsweise stärker das Konzept der Freiwilligkeit sowie die Nicht-Zuständigkeit der Regierung im Vordergrund. Im Rahmen der Feinanalysen konnte herausgearbeitet werden, dass die für den deutschen Diskurs analysierten Dokumente vergleichsweise stärker durch Strategien der Ausschließung konkurrierender Deutungen in Hinblick auf das „Wie“ von CSR, also die Umsetzung durch Freiwilligkeit oder Verbindlichkeit, geprägt sind. Diese Ausschließungsstrategien wurden insbesondere in den Veröffentlichungen der Bundesregierung und des Rats für Nachhaltige Entwicklung identifiziert, denen aufgrund ihrer institutionellen Stellung im politischen System eine besondere Machtposition zukommt. Beide Veröffentlichungen weisen den Unternehmen ferner die „Heldenrolle“ in der freiwilligen Umsetzung von CSR zu.

Die Untersuchung hat damit gezeigt, dass sich die CSR-Diskurse in Großbritannien und Deutschland im Untersuchungszeitraum fundamental unterscheiden, was bei Zugrundelegung einer politischen Wirkungsmacht von Diskursen als Erklärungsfaktor für die eingangs aufgezeigte kontra-intuitive CSR-Politik der beiden Länder angesehen werden kann. Während in Großbritannien Regulierungsbedarf und Zuständigkeit der Regierung deutlich im Diskurs

hervortreten (allerdings mit größerer Problematisierung in der zweiten Phase als in der ersten), hat im deutschen Diskurs die Notwendigkeit der Freiwilligkeit von CSR und Zuschreibung der Verantwortung an die Verbraucher*innen anstelle der Regierung ein bemerkenswertes Gewicht. Insofern scheint diskursive Konstruktion von CSR in beiden Ländern und beiden Phasen der Regulierungssituation in besonderem Maße zu entsprechen.

Diese Forschungsergebnisse implizieren natürlich weitere wissenschaftliche und politische Fragen. Während diese Arbeit aufzeigen konnte, *inwiefern* sich die CSR-Diskurse der beiden Länder unterscheiden, könnte eine sinnvolle Anschlussfrage für weitere Forschungen lauten, *warum* sich diese so stark unterscheiden. Diese Frage zielt auf die Interaktion von Struktur und Akteur im politischen, diskursiven Wettbewerb. In anderen Worten gilt es zu untersuchen, wer, wie und unter welchen Bedingungen die diskursive Konstruktion von CSR und seine Regulierung u.U. strategisch beeinflusst. Gelingt es mächtigen Akteuren, die Diskurse so zu strukturieren, dass CSR ihren Interessen entsprechend konstruiert wird, und wenn ja, wer sind diese Akteure und unter welchen Bedingungen gelingt es ihnen, erfolgreich diese diskursive Macht auszuüben? Umgekehrt kann man fragen, wo Akteure bei dem Versuch, den Diskurs zu verändern und Schließungen aufzubrechen, Erfolg haben, bzw. wo sie scheitern, und warum. Mit anderen Worten, die Frage der Machtwirkungen von Diskursen und Diskurspositionen müssen stärker in den Blick genommen werden. So wäre etwa die Frage zu stellen, welche Machtwirkungen die in Deutschland eingesetzten freiwilligen Instrumente, wie etwa der „Runde Tisch Verhaltenskodizes“, implizieren.

Auch könnten kulturell-historische Entwicklungen stärker als diskursive Konstruktionen beeinflussende Faktoren in den Blick genommen werden. Hier könnte zum Beispiel angenommen werden, dass der CSR-Diskurs in Großbritannien gerade aufgrund der bisher geringen umwelt- und arbeitnehmerpolitischen Regelungsdichte dazu dient, eine stärkere Regulierung zu legitimieren. Gleichzeitig wäre eine tiefergehende Untersuchung der Einflussfaktoren auf den britischen Gesetzgebungsprozess zu CSR interessant, um die Faktoren für die Rücknahme des Operational and Financial Review zu identifizieren. Gerade die deutliche Veränderung im Diskurs zwischen der ersten und der zweiten untersuchten Phase hier ist auffällig und verspricht weitere interessante Einsichten.

Eine äußerst interessante Frage entsteht schließlich durch die Analyse des Berichts des Nachhaltigkeitsrates und die darin enthaltene Konstruktion von CSR und des damit verbundenen Regulierungsbedarfs. Wie oben dargestellt, setzt sich der Nachhaltigkeitsrat aus Vertreter*innen der Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen. Insofern ist es besonders auffällig, dass die Konstruktion von CSR in diesem Bericht besonders einseitig ist und Kritiker*innen des auf

Freiwilligkeit fokussierten CSR Verständnisses durch relativ drastische Formulierungen besonders abgewertet werden. Mit anderen Worten, die Vielfältigkeit der Perspektiven auf CSR kann nur anhand der Kritik im Bericht des Nachhaltigkeitsrates noch erkannt werden. Der Bericht selbst spiegelt in seiner Konstruktion von CSR diese Vielfältigkeit nicht wieder. Hier stellt sich daher die Frage, inwieweit der Nachhaltigkeitsrat seiner Aufgabe der Beratung der Regierung aus zivilgesellschaftlicher Perspektive gerecht wird. Gleichzeitig kann man fragen, ob und inwieweit die Regierung den Nachhaltigkeitsrat für Legitimationsziele instrumentalisiert und ausschließlich mit regierungskonformen Vertreter*innen der Zivilgesellschaft besetzt.

10. Literaturverzeichnis¹⁷

- Albareda, Laura; Lozano, Josep; Tencati, Antonio; Midttun, Atle; Perrini, Francesco (2008): The Changing Role of Governments in Corporate Social Responsibility. Drivers and Responses. In: *Business Ethics: A European Review* 17 (4), S. 347–363.
- Auld, Graeme; Gulbrandsen, Lars; McDermott, Constance. (2008): Certification Schemes and the Impacts on Forests and Forestry. In: *Annual Review of Environment and Resources* 33, S. 187-211.
- Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels e.V. (2011): AVE-Sektorenmodell Sozialverantwortung (1999). Online verfügbar unter <http://www.csr-weltweit.de/initiativen-prinzipien/multi-stakeholder-initiativen/ave-sektorenmodel/index.nc.html>, zuletzt geprüft am 26.07.2011.
- Bassen, Alexander; Jastram, Sarah; Meyer, Katrin (2005): Corporate Social Responsibility. In: *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik (zfwu)* 6 (2), S. 231–236.
- Bernstein, Steven (2005): Legitimacy in Global Environmental Governance. In: *Journal of International Law and International Relations* 1 (1-2), S. 139-166.
- Blowfield, Michael (2005): Corporate social responsibility-The failing discipline and why it matters for international relations. In: *International Relations* 19 (2), S. 173.
- Bowen, Howard Rothmann (1953): *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper.
- Brühl, Tanja; Debiel, Tobias; Hamm Brigitte; Hummel, Hartwig; Martens, Jens (Hg.) (2000) *Die Privatisierung der Weltpolitik*. Bonn: Verlag J.H.W. Dietz Nachfolger, S. 200-231
- Business in the Community (2011): About Business in the Community. Online verfügbar unter http://www.bitc.org.uk/about_bitc/index.html, zuletzt aktualisiert am 27.07.2011.
- Campbell, John (2007): Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. In: *The Academy of Management Review ARCHIVE* 32 (3), S. 946–967.
- Carroll, Archie (1999): Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. In: *Business & Society* 38 (3), S. 268–295.
- Carroll, Archie B.; Shabana, Kareem M. (2010): The Business Case for Corporate Social Responsibility. A Review of Concepts, Research and Practice. In: *International Journal of Management Reviews* 12 (1), S. 85–105. Online verfügbar unter <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x/pdf>, zuletzt geprüft am 07.12.2012.
- CBI (2005): News Release. Full Speech by the RT Hon Gordon Brown MP to the CBI Interactive Conference 2005. Online verfügbar unter <http://www.cbi.org.uk/ndbs/press.nsf/0363c1f07c6ca12a8025671c00381cc7/ee59d1c32ce4ec12802570c70041152c>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.
- Christian Aid (2004): Behind the Mask. The real face of CSR. London, online abrufbar unter <http://www.st-andrews.ac.uk/~csearweb/aptopractice/Behind-the-mask.pdf>, zuletzt geprüft am 07.12.2012.
- Clapp, Jennifer (1998): The Privatization of Global Environmental Governance: ISO 14000 and the developing world. In: *Global Governance* 4, S. 295-316.
- Conzelmann, Thomas; Wolf, Klaus Dieter (2008): The Potential and Limits of Governance by Private Codes of Conduct. In: *Grazm Jean-Christophe; Nölke, Andreas (Hg.): Transnational Private Governance and its Limits*. Routledge/ECPR Studies in European Political Science. London and New York: Routledge, S. 98-114.

¹⁷ Um die Übersicht zu erleichtern sind die untersuchten Regierungsdokumente im Literaturverzeichnis aufgeführt, während die verwendeten Zeitungsartikel nachfolgend gesondert aufgelistet sind.

- Cutler, Claire; Haufler, Virginia; Porter, Tony (1999) *Private Authority and International Affairs*. New York: SUNY Press.
- Dahlsrud, Alexander (2008): How corporate social responsibility is defined. An Analysis of 37 definitions. In: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15 (1), S. 1–13. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1002/csr.132>, zuletzt geprüft am 07.12.2012.
- Department of Trade and Industry (2004): *Corporate Social Responsibility. A Government Update*. London. Online verfügbar unter <http://www.bis.gov.uk/files/file48771.pdf>, zuletzt geprüft am 04.04.2011.
- Department of Trade and Industry (2005): *Corporate Social Responsibility. International Strategic Framework*. London. Online verfügbar unter <http://bis.ecgroup.net/Publications/BusinessSectors/LowCarbonBusinessOpportunities.aspx>, zuletzt geprüft am 11.03.2011.
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (2001): *Runder Tisch Verhaltenskodizes*. Online verfügbar unter <http://www.gtz.de/de/themen/uebergreifende-themen/sozial-oekostandards/28541.htm>, zuletzt aktualisiert am 28.07.2011.
- Doane, Deborah; Holder, Alison (2007): *Why Corporate Social Responsibility is failing Children*. Hg. v. Save the Children The Corporate Responsibility Coalition. London.
- European Coalition for Corporate Justice (2008): *With Power comes Responsibility. Legislative opportunities to improve corporate accountability at EU level*. European Coalition for Corporate Justice. Brüssel.
- Europäische Kommission (2011): *Public consultation on disclosure of non-financial information by companies*. Online verfügbar unter http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/non-financial_reporting_en.htm, zuletzt geprüft am 27.07.2011.
- European Coalition for Corporate Justice (2011): *Thematic Priorities*. Online verfügbar unter <http://www.corporatejustice.org/-thematic-priorities,023-.html?lang=en>, zuletzt geprüft am 31.06.2011.
- Foucault, Michel (1972a): *Die Ordnung des Diskurses*. 10. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Foucault, Michel (1972b): *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock Publications.
- Fox, Tom (2004): *Corporate Social Responsibility and Development: In quest of an agenda*. In: *Development* 47 (3), S. 29–36.
- Frynas, Jędrzej George (2005): *The false developmental promise of Corporate Social Responsibility. Evidence from Multinational Oil Companies*. In: *International Affairs* 81 (3), S. 581–598.
- Fuchs, Doris (2006): *Transnational Corporations and Global Governance: The Effectiveness of Private Governance*. In: Schirm, Stefan (Hg.): *Globalization. State of the Art of Research and Perspectives*. London: Routledge.
- Fuchs, Doris; Kalfagianni, Agni (2010): *The Causes and Consequences of Private Food Governance*. In: *Business and Politics* 12 (3), Online verfügbar unter <http://www.bepress.com/bap/voll12/iss3/art5,DOI:10.2202/1469-3569.1319>, zuletzt geprüft am 07.12.2012.
- Fuchs, Doris; Kalfagianni, Agni; Clapp, Jennifer; Busch, Lawrence (2011): *Introduction to Symposium-Private Food Governance: Values, Shortcomings and Alternatives*. In: *Agriculture and Human Values* 28 (3), S. 335-344.
- Fuchs, Doris; Boll, Frederike (2012): *Emerging Private Voluntary Programs and Climate Change: The Blind-Spots of the Agrifood Sector*. In: Ronit, Karsten (Hg.) *Private Voluntary Programs in Global Climate Policy: Pitfalls and Potentials*. New York: United National University Press, S. 143-178.
- Fuchs, Peter; Plank, Leonhard (2007): *Rechenschaft beruht auf Pflichten*. In: *E+Z* 48 (4), S. 147–149.
- Fulponi, Linda (2006): *Private Voluntary Standards in the Food System: The Perspective of Major Food Retailers in OECD Countries*. In: *Food Policy* 31 (1), S. 1-13.

- Gibson, Gibson B. (1999): *Voluntary Initiatives. The New Politics of Corporate Greening*. Petersborough: Broadview Press.
- Graz, Jean-Christophe; Nölke Andreas (Hg.) (2008): *Transnational Private Governance and its Limits*. Routledge/ECPR Studies in European Political Science. London and New York: Routledge.
- Greimas, Algirdas (1970): *Du Sens*. Paris: Seuil.
- Guardian (2011): ABCs. National daily newspaper circulation January 2011. In: Guardian, 2011. Online verfügbar unter <http://www.guardian.co.uk/media/table/2011/feb/11/abcs-national-newspapers1>, zuletzt geprüft am 08.07.2011.
- Gulbrandsen, Lars (2010): *Transnational Environmental Governance: The Emergence and Effects of the Certification of Forests and Fisheries*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hajer, Maarten (1997): *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press.
- Hajer, Maarten (2009): *Authoritative Governance: Policy-making in the Age of Mediatization*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Hansen, Hans Krause; Dorte, Salskov-Iversen (2008): *Critical Perspectives on Private Authority in Global Politics*. New York: Palgrave MacMillan.
- Harten van, Gus (2005): *Private Authority and Transnational Governance: the Contours of the International System of Investor Protection*. In: *Review of International Political Economy* 12 (4), S. 600-623.
- Hatanaka, Mak; Bain, Carmen; Busch, Lawrence (2005): *Third Party Certification in the Global Agrifood System*. In: *Food Policy* 30 (3), S. 354-369.
- Havinga, Tetty (2006): *Private Regulation of Food Safety by Supermarkets*. In: *Law and policy* 28 (4), S. 515-533.
- Hedberg, Carl-Johan; Malmberg, Fredrik von (2003): *The Global Reporting Initiative and Corporate Sustainability Reporting in Swedish Companies*. In: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 10 (3), S. 153-164.
- House of Commons (2003): *Corporate Responsibility Bill*. Online verfügbar unter <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200203/cmbills/129/03129.1-6.html#j003>, zuletzt geprüft am 27.06.2011.
- House of Commons (2005): *The Companies Act 1985 (Operating and Financial Review and Directors' Report etc.) Regulations 2005*, vom 2005 No. 1011.
- House of Commons (2006): *The Companies Act 2006*. Online verfügbar unter http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/pdfs/ukpga_20060046_en_001.pdf, zuletzt geprüft am 30.03.2011.
- Hütz-Adams, Friedel (2007): *Missstände in chinesischen und indischen Steinbrüchen. Was können Kommunen dagegen tun? Ein Leitfaden für Verwaltungen und Nichtregierungsorganisationen*. Hg. v. Südwind Institut für Ökonomie und Ökumene.
- Hütz-Adams, Friedel (2010): *Menschenrechte im Anbau von Kakao. Eine Bestandsaufnahme der Initiativen der Kakao- und Schokoladenindustrie*. INEF Forschungsreihe Menschenrechte, Unternehmensverantwortung und Nachhaltige Entwicklung 08/2010. Institut für Entwicklung und Frieden, Universität Duisburg-Essen. Duisburg.
- Hütz-Adams, Friedel (2011): *Im Boden der Tatsachen. Metallische Rohstoffe und ihre Nebenwirkungen*. Hg. v. Südwind Institut für Ökonomie und Ökumene. Siegburg.
- IBH Retail Consultants (2010): *Nachhaltigkeitsstudie: Gute Umsätze mit gutem Gewissen*. Online verfügbar unter http://www.ibhkoeln.de/aktuelles/nachhaltigkeitsstudie_gute_umsaetze_mit_gutem_gewissen, zuletzt geprüft am 28.07.2011.

- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (2011): Titelanzeige Süddeutsche Zeitung 1/2011. Online verfügbar unter <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>, zuletzt geprüft am 08.07.2011.
- Institut für Handelsforschung GmbH, Köln (23.09.2010): Nachhaltigkeit – mehr Schein als Sein?! Köln. Online verfügbar unter http://www.ecc-handel.de/download/107669601/20100923_PM_Nachhaltigkeit_zuk%C3%BCnftiges+Einkaufsverhalten.pdf, zuletzt geprüft am 28.07.2011.
- Keller, Rainer (2004): Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. 2. Aufl. Opladen: Leske und Budrich.
- Keller, Rainer (2006): Wissenssoziologische Diskursanalyse. In: Rainer Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver (Hg.): Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1. Theorien und Methoden. 2. Aufl. Wiesbaden: VS-Verl, S. 115–147.
- Keller, Reiner (2011): Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. 4. Aufl. Wiesbaden: VS-Verl. Online verfügbar unter <http://www.worldcat.org/oclc/694877872>, zuletzt geprüft am 07.12.2012.
- King, Andrew A.; Lenox, Michael J. (2000): Industry Self-Regulation without Sanctions. In: *Academy of Management Journal* 43 (4), S. 698-716.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2001): Grünbuch. Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. Brüssel.
- Krahmann, Elke (2010): *Sates, Citizens and the Privatization of Security*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lang, Tim; Barling, David (2007): The Environmental Impact of Supermarkets: Mapping the Terrain and the Policy Problems. In: Burch, David; Lawrence Geoffrey (Hg.): *Supermarkets and Agrif-food Supply Chains*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, S. 192-218.
- Lindgreen, Adam; Swaen, Valérie (2010): Corporate Social Responsibility. In: *International Journal of Management Reviews* 12, 2010 (1), S. 1–7. Online verfügbar unter [10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x](http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x).
- Loew, Thomas; Ankele, Kathrin; Braun, Sabine; Clausen, Jens (2004): Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung. Langfassung. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Online verfügbar unter http://www.bmu.de/files/wirtschaft_und_umwelt/unternehmensverantwortung_csr/nachhaltigkeitsmanagement/application/pdf/csr-studie_langfassung_bmu.pdf, zuletzt geprüft am 01.08.2011.
- Marx, Axel; Cuyper, Dieter (2010): Forest Certification as a Global Environmental Governance Tool: What is the Macro-effectiveness of the Forest Stewardship Council? In: *Regulation and Governance* 4 (4), S. 408-434.
- Milliken, Jennifer (1999): The Study of Discourse in International Relations. A Critique of Research and Methods. In: *European Journal of International Relations* 5 (2), S. 225–254.
- Mills, Sara (2007): *Der Diskurs*. Tübingen: Francke.
- Moon, Jeremy; Kang, Nahee; Gond, Jean-Pascal (2010): Corporate Social Responsibility and Government in Western Europe and Northeast Asia from a National Governance Systems Perspective. International Centre for Corporate Social Responsibility, Nottingham University Business School (Research Paper Series International Centre for Corporate Social Responsibility).
- Muradian, Roldan; Pelupessy, Wim (2005): Governing the Coffee Chain: The Role of Voluntary Regulatory Systems. In: *World Development* 33 (12), S. 2029-2044.
- Porter, Tony; Ronit, Karsten (Hg.) (2010): *The Challenges of Global Business Authority: Democratic Renewal, Stalemate or Decay?* New York: SUNY Press.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2003): *Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung. Konsultationspapier zum Fortschrittsbericht 2004*. Online verfügbar

unter http://archiv.bundesregierung.de/artikel/69/585869/attachment/585868_0.pdf, zuletzt aktualisiert am 18.12.2003, zuletzt geprüft am 24.07.2011.

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2004): Fortschrittsbericht 2004. Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung. Berlin.

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2005): Wegweiser Nachhaltigkeit 2005. Bilanz und Perspektiven. Berlin.

Rat für nachhaltige Entwicklung (2006): Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt. Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für nachhaltige Entwicklung. Berlin.

Rat für nachhaltige Entwicklung (2011): Auftrag an den Rat für Nachhaltige Entwicklung. Online verfügbar unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/de/der-rat/auftrag-des-rates/?size=2>, zuletzt geprüft am 25.07.2011.

Riess, Birgit (2004): Partner Staat? CSR-Politik in Europa. Hg. v. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.

Schwapp-Trapp, Michael (2004): Methodische Aspekte der Diskursanalyse am Beispiel 'Kosovokrieg'. In: Rainer Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver (Hg.): Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 2: Forschungspraxis. 2. Aufl. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 169–197.

Secretary of State (2005): The UK Government Sustainable Development Strategy. London.

Strauss, Anselm L.; Corbin, Juliet M. (1996): Grounded theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Beltz, PsychologieVerlagsUnion.

Sturm, Roland (2009): Das politische System Großbritanniens. In: Wolfgang Ismayr (Hg.): Die politischen Systeme Westeuropas. 4., aktualisierte und überarb. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 265–307.

Suchanek, Andreas (2004): Ökonomische Unternehmensethik. In: Arnold, Volker (Hg.): Wirtschaftsethische Perspektiven VII: Methodische Grundsatzfragen, Unternehmenstheik, Verteilungsfragen, Gentechnik und Fragen der medizinischen Ethik. Berlin: Duncker & Humblot, S. 79-101.

The Times (2011): Gerard Baker. Online verfügbar unter <https://www.timesonline.co.uk/section/0,,19269,00.html>, zuletzt aktualisiert am 28.07.2011.

Thirkell-White, Ben (2006): Private and Legitimacy in the International System. In: International Relations 20 (3), S. 335-342.

Uganda Workers' Education (2011): We are Dying. Impacts of Pesticides on Workers on Ugandan Horticultural Farms. Hg. v. FIAN Germany.

United Nations (2011): Overview of the UN Global Compact. Online verfügbar unter <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>, zuletzt geprüft am 26.07.2011.

Van der Grijp, Nicolien (2010): Regulating Pesticide Risk Reduction: The Practice and Dynamics of Legal Pluralism. Amsterdam: Vrije University Press.

Viehöver, Willy (2006): Diskurse als Narrationen. In: Rainer Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver (Hg.): Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1. Theorien und Methoden. 2. Aufl. Wiesbaden: VS-Verl, S. 179–209.

Vogel, David (2005): The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility. Washington D.C.: Brookings Institution Press.

West, Darrell; Loomis, Burdett (1998): The Sound of Money: How Political Interests Get What They Want. New York: W. W. Norton and Company.

Wick, Ingeborg (2007): Aldi's clothing bargains. Discount buys discounting standards? Hg. v. Südwind Institut für Ökonomie und Ökumene. Siegburg.

Wick, Ingeborg (2009): Aldi's Special Bargains from China. Hg. v. Südwind Institut für Ökonomie und Ökumene. Siegburg.

Windsor, Duane (2006): Corporate social responsibility: three key approaches. In: Journal of Management Studies Oxford 43 (1), S. 93.

Williams, Marc (2009): Feeding the World? Transnational Corporation and the Promotion of Genetically Modified Food. In: Clapp, Jennifer, Fuchs, Doris (Hg.): Corporate Power in Global Agrifood Governance. Cambridge: MIT Press, S. 155-185.

Young, Bill (2011): Kestrel OPS. Online verfügbar unter <http://www.kestrel-ops.com/index.html>, zuletzt aktualisiert am 27.07.2011.

Verzeichnis der Zeitungsartikel

Süddeutsche Zeitung

Beise, Marc (2004): Unternehmen verstärken soziales Engagement. Gesellschaftliches Interesse boomt wie selten zuvor/ Konzerne und Mittelstand auf der Suche nach geeigneten Projekten. In: Süddeutsche Zeitung, 20.11.2004, S. 19, Bayern.

Beise, Marc (2005): Gute Absichten. Bei den Konzernen ist Corporate Social Responsibility zum Modewort geworden - doch der Mittelstand bleibt kritisch. In: Süddeutsche Zeitung, 29.03.2005, S. 21, Bayern.

Beise, Marc (2006): Preisverleihung in Berlin: Diese Unternehmen. In: Süddeutsche Zeitung, 02.06.2006, S. 22, Bayern.

Berr, Christa Maria (2006): "Einkaufen ist wie eine Wahl". Politisch korrekt schenken - wie geht das? Ein Gespräch mit der Ernährungsexpertin Tanja Busse über ökologisch verträglichen Konsum. In: Süddeutsche Zeitung, 05.12.2006, S. 9, Bayern.

Bremmer, Michael (2006): Gewerbesteuerereinnahmen alleine machen nicht glücklich. Für die Kommunen wird es immer wichtiger, dass Firmen "soziale Verantwortung" übernehmen und Ausbildungsplätze schaffen. In: Süddeutsche Zeitung, 10.10.2006, S. R2, Wolfratshausen.

ddp (2006): Kirchen nehmen Konzerne in die Pflicht. In: Süddeutsche Zeitung, 25.09.2006, S. 17, Bayern.

Deckstein, Dagmar (2005): Dompteur im Heuschrecken-Zirkus. Professor Josef Wieland bringt künftigen Managern bei, von welchem Wert Moral sein kann - und ärgert sich über das Niveau der Politiker. In: Süddeutsche Zeitung, 01.06.2005, S. 3, Bayern.

Dohmen, Caspar (2006): Finanzprofis entdecken nachhaltige Kapitalanlagen. Institutionelle Investoren stecken ihr Geld vermehrt in Firmen, die ethische, ökologische und soziale Kriterien erfüllen. In: Süddeutsche Zeitung, 02.12.2006, S. 30, Bayern.

dpa (2006): Firmen allein gelassen. In: Süddeutsche Zeitung, 13.06.2006, S. 19, Bayern.

Eder, Christa (2006): Kaufen mit Spaß und Sinn. "Lohas haben kein Problem mit dem Kapitalismus". In: Süddeutsche Zeitung, 24.11.2006, S. 29, Bayern.

Englisch, Gundula (2005): Wirtschaftsbuch. Zum Thema. In: Süddeutsche Zeitung, 06.08.2005, S. 26, Bayern.

Gaide, Peter (2006): Verantwortung als Firmenziel. Neue Ausbildungsgänge fördern "Corporate Social Responsibility" in Unternehmen. In: Süddeutsche Zeitung, 18.11.2006, S. V2/21, Bayern.

Gwyther, Matthew (2005): The stats say it all: if you have an MBA you are on the road to higherearnings;. In: Süddeutsche Zeitung, 03.02.2005, S. 9.

Haas, Sybille (2006): "Es fehlt die soziale Verantwortung". Der Vorsitzende der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) über hohe Managergehälter, Mindestlöhne und die Mitbestimmung in Unternehmen. In: Süddeutsche Zeitung, 06.10.2006, S. 23, Bayern.

Haas, Sybille (2006): "Moral kann man nicht gesetzlich verordnen". Der ranghöchste Abt des Benediktiner-Ordens spricht über die Ansprüche der Deutschen und die Schwierigkeit, das richtige Maß zu finden. In: Süddeutsche Zeitung, 23.12.2006, S. 26.

Haas, Sybille (2006): Wo Anstand Tradition hat. Bei Faber-Castell regelt eine Sozialcharta die Arbeitsbedingungen / Kooperation mit IG Metall. In: Süddeutsche Zeitung, 27.12.2006, S. 25, Bayern.

Hesse, Martin (2004): Debatte über ethische Regeln für China-Geschäft. Nachhaltigkeits-Branche prangert Verstöße gegen Menschenrechte an / Investoren sollten Firmenpolitik kritisch beobachten. In: Süddeutsche Zeitung, 17.12.2004, S. 21, Bayern.

Köpf, Matthias (2006): Seehofer kritisiert Unternehmen. Minister fordert bei CSA-Bezirksversammlung mehr soziale Verantwortung. In: Süddeutsche Zeitung, 20.11.2006, S. R1, Wolfratshausen.

Kreiler, Corinna (2004): "Wir erhöhen jetzt den Druck". Eine Initiative will den Kampf gegen Kinderarbeit bei Zulieferern westlicher Konzerne verstärken. In: Süddeutsche Zeitung, 27.12.2004, S. 23, Bayern.

Läsker, Kristina (2005): Heilung für alle. Um die Ärmsten mit Arzneien zu versorgen, hat eine junge Frau Millionen gesammelt - ihr erster Erfolg könnte tausende Kinder vor dem Tod retten. In: Süddeutsche Zeitung, 07.05.2005, S. 28, Bayern.

Loerzer, Sven (2006): Soziale Verantwortung auch in der Heimat. Knorr-Bremse Global Care spendet 50 000 Euro für den SZ-Adventskalender. In: Süddeutsche Zeitung, 06.12.2006, S. 45, Bayern.

Mittler, Dietrich (2006): Vertauschte Rollen. Führungskräfte besuchen Behindertenwerkstätten. In: Süddeutsche Zeitung, 04.10.2006, S. 40, Bayern.

Moorstedt, Tobias: Die Supermarktkasse wird zur Wahlkabine. Wenn die Politik die globalisierten Konzerne nicht mehr kontrollieren kann, müssen andere das übernehmen: Die Ethischen Konsumenten. In: Süddeutsche Zeitung, S. 18, Bayern.

Näger, Doris (2005): "Das ist kein Ablasshandel". Unternehmen sollen soziale Verantwortung nicht nur als einen Kostenfaktor sehen. In: Süddeutsche Zeitung, 15.06.2005, S. 40, Bayern.

o.V. (2004): Moral, die sich rechnet. Was Aristoteles mit Jürgen Schrempp verbindet. In: Süddeutsche Zeitung, 03.02.2004, S. R2, Erding.

o.V. (2004): Das Leben der Santa Anita. In: Süddeutsche Zeitung, 24.07.2004, S. 37, Bayern.

o.V. (2006): Firmen als Umweltschützer. Ein Buch über nachhaltige Entwicklung in München. In: Süddeutsche Zeitung, 11.05.2006, S. 48, Bayern.

o.V. (2006): Nachhaltiges Weißbier. Zwei Betriebe für soziale Verantwortung zertifiziert. In: Süddeutsche Zeitung, 16.11.2006, S. 54, Bayern.

Raupp, Judith (2005): "Man bekommt nur Schläge". Der Pharmakonzern sponsort Medikament für die Dritte Welt - und erzürnt die Menschenrechtsorganisationen. In: Süddeutsche Zeitung, 25.06.2005, S. 24, Bayern.

Schmidt, Wally (2006): Die verschlungenen Wege der Weltwirtschaft. "Fairer Handel in Boom City" macht Kinder mit den Ursachen und Konsequenzen der Globalisierung vertraut. In: Süddeutsche Zeitung, 17.11.2006, S. N1, München.

Schnirch, Petra (2006): Im Sozialstaat kann der Kapitalismus gebändigt werden. Der Leiter des Nell-Breuning-Instituts für Wirtschafts- und Gesellschaftsethik sieht in der Globalisierung auch eine Chance. In: Süddeutsche Zeitung, 19.12.2006, S. R3, Freising.

Unmüßig, Barbara (2005): Ein Versprechen, das nichts wert ist. In: Süddeutsche Zeitung, 28.07.2005, S. 2.

Vecchiato, Alexandra (2004): Kirche will fit für die Zukunft. Acht kirchliche Einrichtungen tagen im Kloster Schlehendorf/ EU fördert Prozess. In: Süddeutsche Zeitung, 07.02.2004, S. R5, Bad Tölz.

Wimmer, Susi (2005): Geld oder Moral. Diskussion über Verantwortung von Unternehmen. In: Süddeutsche Zeitung, 03.06.2005, S. 45, Bayern.

The Times

Andrews, Amanda (2005): BP doubles corporate ad budget in \$150m bid for greener image. In: The Times, 24.12.2005, S. 36.

Ashworth, Jon; Butler, Sarah; Buckley, Christine (2004): Powerhouses of business are our joint winners. In: The Times, 05.04.2004, S. 23.

Baker, Gerard (2006): Mind the Gap. With this attack on globalisation. In: The Times, 24.10.2006, S. 60.

Burrows, Gideon (2004): An ethical career is not simply 'fair trade'. In: The Times, 07.10.2004, S. 6.

Cooper, Simon (2006): MSc In Responsibility and Business Practice. In: The Times, 13.07.2006, S. 5.

Crainger, Stuart (2005): The Formula 1 of the business school world. In: The Times, 20.01.2005, S. 5.

Davey, Jenny (2006): Brown accused of U-turn on financial reporting rules. In: The Times, 02.02.2006, S. 52.

Des Dearlove (2006): Money scandals focus minds on need for ethics. In: The Times, 19.01.2006, S. 5.

Dight, Clare (2006): More greens please. In: The Times, 06.04.2006, S. 4.

Dight, Clare (2006): Growing up with caring corporates. In: The Times, 15.06.2006.

Duncan, Gary (2005): World leaders are stuck in moral maze. In: The Times, 31.01.2005, S. 37.

Frean, Alexandra (02.02.2004): Corporate aid or plain hypocrisy? In: The Times, 02.02.2004, S. 27.

Gilmore, Graine (2006): How social conscience can benefit a business. In: The Times, 09.02.2006, S. 63.

Grimond, Magnus (2005): But don't believe the corporate spin. In: The Times, 09.07.2005, S. 9.

Grimond, Magnus (2005): Now all of us are turning ethical. In: The Times, 30.07.2005, S. 1.

Grimond, Magnus (2006): City's brass grows greener. In: The Times, 01.07.2006, S. 14.

Henery, Michelle (2005): Corporate ethics catching on. In: The Times, 26.07.2005, S. 5.

Jagger, Suzy (2004): Reporting the impact on society and nature. In: The Times, 30.11.2004, S. 59.

Jameson, Angela (2004): Bosses who cheat are the exceptions says Nissan chief. In: The Times, 22.01.2004, S. 31.

Jameson, Angela (2004): Timberland puts the boot into corporate greed. In: The Times, 29.05.2004, S. 49.

Judge, Elizabeth (2004): Private firms face new rule. In: The Times, 12.07.2004, S. 19.

Knight, Sam (2006): The story of a shirt. In: The Times, 22.07.2006, S. 32.

Mortished, Carl (2006): A plain-speaking defender on the battlefield of big-companyethics. In: The Times, 29.07.2006, S. 63.

Noble, Yolanda (2006): Broadcast your CSR activity. In: The Times, 07.03.2006, S. 20.

o.V. (2004): Tricia Phelan. In: The Times, 04.05.2004, S. 7.

o.V. (2004): Corporate Social Responsibility does count. In: The Times, 28.10.2004, S. 2.

o.V. (2005): Private to public; Tushar Patel. In: The Times, 08.02.2005, S. 9.

o.V. (2006): Rhetoric is big business. In: The Times, 21.02.2006, S. 7.

o.V. (2006): An image that fails to please. In: The Times, 24.10.2006, S. 7.

O'Connor, Rebecca (2005): Firms with strong principles still make big profits. In: The Times, 28.05.2005, S. 60.

Patel, Tushar (2005): Private to public: Tushar Patel. In: The Times, 08.02.2005, S. 9.

Pickles, Peter (2005): 'He was invaluable in supplying extensive text to give a report the necessary weight'. In: The Times, 30.07.2005, S. 61.

Pirie, Madsen (2006): Big business - it's mankind's biggest boon;. In: The Times, 20.06.2006, S. 21.

Plummer, John (2005): The key to...CSR. In: The Times, 22.09.2005, S. 6.

Rose, David (2005): Polish a tarnished image. In: The Times, 21.07.2005, S. 4.

- Seib, Christine (2006): Profiting from an ethical approach? In: The Times, 30.09.2006, S. 63.
- Waller, Martin (2004): Buzz-words 'r' Us. In: The Times, 20.02.2004, S. 29.
- Wheatcroft, Patience (2004): Yet more corporate governance hot air. In: The Times, 05.05.2004, S. 21.
- Wheatcroft, Patience (2004): Quality non-execs come at a price. In: The Times, 21.05.2004, S. 29.
- Young, Bill (2005): Forget social responsibility. In: The Times, 05.04.2005, S. 7.
- Younger, Tessa (2004): CSR a heavy responsibility. In: The Times, 04.05.2004, S. 23.

11. Anhang

Kategorien CSR-Diskurs Großbritannien			Ges. 136	Kategorien CSR-Diskurs Deutschland		Ges. 102
Bis Erlass OFR	80	Ab Erlass OFR	56			
Dimensionen von CSR	17	Dimensionen von CSR	7	Dimensionen von CSR		36
Verantwortung im Kerngeschäft	5			Verantwortung im Kerngeschäft		3
Umweltschutz	1	Umweltschutz	2	Umweltschutz		4
Internationale Belange	6	Internationale Belange	3	Internationale Belange		9
Internationales Engagement	2	Internationales Engagement	1	Engagement für MR/Zulieferer		2
Projekte in EL	4	Projekte in EL	1	Selbstverpflichtung weltweite AB		7
		Engagement in Lieferkette	1			
Nationale Belange	5	Nationale Belange	2	Nationale Belange		20
Lokale/Regionale Belange	4	Lokale/Regionale Belange		Lokale Belange		11
Arbeitnehmerbelange	1			Arbeitnehmerbelange		9
Fürsorge für AN				Guter Umgang AN		3
				Schaffung Ausbildungsplätze		4
				Mitbestimmung/Mindestlöhne		1
				Mäßigung Managergehälter		1
Popularität von CSR	4	Popularität von CSR	5	Popularität von CSR		5
CSR-Ausbildung B. Schools	3	CSR-Ausbildung B. Schools	2	CSR-Ausbildung Business Schools		3
CSR-Bewusstsein Bevölkerung		CSR-Bewusstsein Bevölkerung	3	CSR im Schulunterricht		2
Vorteile von CSR für Unternehmen	14	Vorteile von CSR für Unternehmen	9	Vorteile von CSR für Unternehmen		9
Motiviertere und gesündere AN	3	Motiviertere und gesündere AN	1	Motiviertere AN		2
Besseres Ansehen	8	Besseres Ansehen	4	<i>Besseres Ansehen</i>		5 (1)
Anreiz für künftige AN	2	Anreiz für künftige AN	4	<i>Schonung eigener Ressourcen</i>		1
Öffnung neuer Märkte	2			<i>Erschließung neuer Konsumenten</i>		1
Problem	16	Problem	22	Problem		17
Probleme von CSR	10	Probleme von CSR	14	Probleme von CSR		13
CSR als PR-Instrument	5	CSR als PR-Instrument	10	CSR als PR-Instrument		7
Mangelnde Reichweite/Vergleichbarkeit	1	Willkür durch Freiwilligkeit	1	Problem mangelhafte Kontrollen		1
Kosten	2					
Fehlende Leistungsindikatoren	1	Schwierigkeit d. Informationsbeschaffung	1	Kritik am Global Compact		3
Richtigkeit/ Relevanz der Infos	1	Richtigkeit/ Relevanz der Infos	2	Schlecht definierter Modebegriff		1
Frw. CSR verhindert Regulierung	1					

Problem Sinnhaftigkeit CSR	3	Problem Sinnhaftigkeit CSR	8	Problem fehlende Strategie der Bundesregierung	1
CSR blockiert Direktoren	1	CSR nicht die Aufgabe von Unt.	3	Gesetz. Regulierung nicht möglich	3
Zuviel CSR behindert Kernaufgabe der Gewinnerwirtschaftung	2	CSR-Mode ist falsch	1		
		CSR verschlimmert die Situation der Armen	1		
		CSR geht zu Lasten des Kerngeschäfts	1		
		CSR gefährdet den Wohlstand	2		
Problem Regulierung	3	Problem Regulierung	0	Problem Regulierung	0
Regulierung als Einschränkung	1				
OFR nervig und unnötig	1				
OFR als Bedrohung	1				
Problemlösung	16	Problemlösung	8	Problemlösung	21
Problemlösung Freiwilligkeit	5	Problemlösung Freiwilligkeit	0	Problemlösung Freiwilligkeit	19
Frw. Transparenz	1			Instrument frw. OECD-Leitsätze	1
EITI Initiative als Instrument	1			Instrument Frw. Verhaltenskodizes	2
Unterstützung Global Compact	1			Instrument Global Compact	1
Ethical Trading Initiative als Instrument	1			Freiwillige Übernahme von Verantwortung notwendig	1
Förderung von CSR durch Frw. nicht durch Regulierung	1			<i>Freiwilligkeit als das wesentliche Prinzip</i>	3 (2)
Problemlösung Reduzierung von CSR	2	Problemlösung Reduzierung von CSR	7	<i>Frw. Engagement als neues Unternehmensverständnis</i>	<i>1</i>
Konzentration auf das Kerngeschäft Gewinnerwirtschaftung	2	Zurück zum Kerngeschäft Gewinnerwirtschaftung	4	<i>Frw. Engagement als neues Unternehmensverständnis</i>	<i>1</i>
		Keine Zusammenarbeit mit NGOs und Interessensgruppen	3	<i>Freiwilliges Engagement als wichtiges Kennzeichen der Nachhaltigkeitspolitik</i>	<i>1</i>
				Immer mehr frw. CSR-Berichte als Beweis für Anstrengungen der Unternehmen	1
				Frw. MI-Schaft in MSI	1
				Frw. Interne CSR-Beauftragte	1
				Freiwilligkeitsprinzip auf G8-Gipfel	1
				Regulierung ist nicht die Lösung	4 (1)
Problemlösung Regulierung	9	Problemlösung Regulierung	1	Problemlösung Regulierung	2
Beispiel Reform des Pensions Act	1	Verpflichtende Mitgliedschaft in EITI		Regulatorisch eingreifender Staat nötig	1
Möglichkeiten besserer Regulierung erforschen	1			Verbindliche UN-Regeln sind erforderlich	1
Politiker für Regulierung	1				
Bindende Vorgaben nötig	1				
Fiskalische und reg. Maßnahmen wo nötig	1				

OFR zur Förderung der Berichterstattung/ als Hilfe zur Bewertung	4				
Zuständigkeiten	13	Zuständigkeiten	5	Zuständigkeiten	14
Zuständigkeit Staat	13	Zuständigkeit Staat		Zuständigkeit Staat	6
Für Regulierung	9	Für Regulierung	2	Für Regulierung	2
Gesetzliche Sicherstellung der Einhaltung von Mindeststandards	3	Int. Informationsaustausch zur Rolle des Staates und intelligenter Regulierung		Zuständigkeit UN für völkerrechtlich verbindliche Regeln	1
Regulierung Business in EL	1	Prüfung der Möglichkeiten staatlichen Eingreifens		Zuständigkeit für Regulierung im Sinne gesellschaftlicher Ziele	2
Schaffung eines (auch regulativen) Rahmens für CSR	5				
Für frw. Engagement	4	Für Frw. Engagement	3	Für Frw. Engagement	7
Förderung best-practice, Bewusstseinsarbeit	4	Schaffung von Anreizen, Zusammenarbeit mit anderen Akteuren		Staatliche Anreize für freiwilliges Engagement schaffen	3 (2)
		Förderung des Bewusstseins	1	<i>Regulierung durch CSR-Standards nicht die Aufgabe</i>	1
		Förderung von Best-Practice Bsp.	1	<i>Koordination/ Kommunikation eines deutschen CSR-Profiles</i>	1
				<i>Rahmen für den Vgl. von CSR-Berichten schaffen</i>	1
				<i>Unabhängiges Monitoring von frw. Engagement sicherstellen</i>	1
Zuständigkeit VerbraucherInnen	0	Zuständigkeit VerbraucherInnen	0	Zuständigkeit VerbraucherInnen	6
				Ethischer Konsum als Verantwortung	4
				Lohas nehmen Verantwortung wahr	1
				Ethischen Konsum erleichtern	1