

Karsten Hurrelmann

Black-Box
Unternehmensverantwortung

Herausforderungen für den Mittelstand

Metropolis-Verlag
Marburg 2014

© für die Abbildung auf dem Umschlag: Spaces Images/LOOK-foto

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2014

Alle Rechte vorbehalten

Dissertation der Universität Oldenburg

ISBN 978-3-7316-1044-1

Vorwort des Herausgebers

Seit nun mehr als einem Jahrzehnt ist, ausgelöst durch den seinerzeitigen Bilanzfälschungsskandal bei ENRON, eine internationale Debatte über Corporate Social Responsibility entbrannt. Wie der Begriffsteil „Corporate“ schon verrät, ging und geht es bei dieser Debatte vor allem um Zu- und Missstände in Großunternehmen, neben Bilanzfälschung spielen hier verschiedene Formen der Korruption, der Umgang mit Whistle-blowing u. a. eine Rolle.

Erst allmählich rückt ins Blickfeld, dass natürlich auch kleine und mittlere Unternehmen von diesen Problemen betroffen sind bzw. sein können. Diese Einsicht liegt auch der vorliegenden Arbeit zugrunde. Ohne direkte Unterstützung des Gutachters ist es dem Verfasser gelungen, sowohl die Oldenburger Industrie- und Handelskammer als auch zahlreiche Unternehmen der Region davon zu überzeugen, bei diesem Promotionsvorhaben aktiv zu kooperieren, also auch für die entsprechende empirische Arbeit zur Verfügung zu stehen. Gestützt auf diese empirische Fundierung wird damit ein hilfreicher Beitrag zu der gerade erst entstehenden Diskussion geleistet.

Es zeigt sich, dass bezogen auf die Herausforderungen des inzwischen seit langem diskutierten Stakeholder-Managements mittelständische Unternehmen im Vergleich zu großen Konzernen einerseits traditioneller bzw. enger ökonomisch agieren, andererseits häufig über besonders intensive Einbettungen in ihr räumliches und soziales Umfeld verfügen.

So ergeben sich aus den internen wie externen Faktoren einige Besonderheiten für CSR-Management im Mittelstand. Skepsis gegenüber CSR-Standards, viele gesellschaftliche Aktivitäten jenseits des Kerngeschäfts und hohe Mitarbeiterverantwortung sind einige Stichworte dazu.

Als Rahmenkonzept für die Etablierung von CSR im Mittelstand liefert der Verfasser ein Fünfphasen-Modell für die erfolgreiche Implementation, das für weitere Prozesse dieser Art sicher eine nützliche Hilfe sein kann.