

Vera Fricke

CSR-Kommunikation für Konsumentenverantwortung

Chancen und Risiken
für einen nachhaltigen Konsum

Metropolis-Verlag
Marburg 2015

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

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

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2015

Alle Rechte vorbehalten

Zugl.: Berlin, Technische Universität, Diss., 2014

ISBN 978-3-7316-1124-0

Geleitwort

Die Ausgangsüberlegung ist einfach, aber bestechend: Unternehmen geben in Deutschland jedes Jahr ca. 30 Mrd. EUR allein für Werbung aus. Hinzu kommen hohe Summen für Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, persönliche Beratung und andere Formen der Unternehmenskommunikation. Würden sie nur einen Bruchteil davon einsetzen, um Konsumentinnen und Konsumenten zu einer größeren sozial-ökologischen Verantwortungsübernahme zu motivieren und zu befähigen, wäre dies ein relevanter Beitrag zu nachhaltigerem Konsum. Zumindest quantitativ läge schon ein Hundertstel der Ausgaben für Unternehmenskommunikation deutlich über dem, was Verbraucherorganisationen insgesamt für Verbraucherinformation und -beratung zur Verfügung haben.

Tatsächlich haben einzelne Unternehmen bereits begonnen, Konsumentenverantwortung für nachhaltigen Konsum zu thematisieren und damit ein Feld betreten, das bisher verbraucherpolitischen Akteuren vorbehalten war. In ihrer Dissertation zu „CSR-Kommunikation für Konsumentenverantwortung. Chancen und Risiken für einen nachhaltigen Konsum“ analysiert Vera Fricke dieses neue Phänomen unternehmerischer CSR-Kommunikation. Sie verfolgt dabei die Ziele, das Konzept unternehmerischer CSR-Kommunikation für Konsumentenverantwortung systematisch zu erfassen, die von ihm ausgehenden Chancen und Risiken für nachhaltigen Konsum sowie für die kommunizierenden Unternehmen selbst konzeptionell sowie empirisch zu analysieren und daraus wissenschaftlich und praktisch relevante Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Die empirischen Erhebungen, die in diesem Buch präsentiert werden, sind im Rahmen eines Forschungs- und Beratungsprojekts für das ehemalige Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) entstanden, an dessen Akquisition, Leitung und Bearbeitung Vera Fricke maßgeblich beteiligt war.

Mit der vorliegenden Arbeit überzeugt die Autorin sowohl theoretisch-konzeptionell durch ihre intensive eigenständige Auswertung der umfangreichen und qualitativ hochwertigen Literaturlage als auch empirisch durch die breite und inhaltlich angemessene Anwendung qualitati-

ver und quantitativer (multivariater) Methoden. Die Analyse von Vera Fricke ist gekennzeichnet durch starke Zielorientierung, hohe fachliche und methodische Kompetenz sowie große Sorgfalt. Die Arbeit ist innovativ und wegweisend. Sowohl Chancen und Handlungsmöglichkeiten als auch Risiken und Grenzen werden Vera Fricke fundiert, angemessen und präzise verdeutlicht. Zur hohen Praxisrelevanz tragen auch die vielen anschaulichen und zum Teil überraschenden Beispiele bei.

Ich wünsche der Arbeit einen großen Leserkreis, damit die wertvollen Überlegungen von Vera Fricke die Diskussion um ein zukunftsfähiges Wirtschaften nachhaltig befruchten können.

Prof. Dr. Ulf Schrader

Berlin, im Dezember 2014