

Perspektiven in der Corporate Social Responsibility- Forschung aus multiparadigmatischer Sichtweise

Ilka Marie Frerichs

Working Papers OPAL

Die Autorin:

Ilka Marie Frerichs befasst sich in wissenschaftlicher sowie weiterer beruflicher Praxis mit Fragen zu Organisationen, Personal und Arbeit. Bereits im Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Leibniz Universität Hannover fokussierte sie auf Ansätze des Strategischen (Personal-)Managements. Als Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Helmut-Schmidt-Universität erweiterte sie ihre Perspektive um Ansätze der kritischen Managementforschung sowie bibliometrische und multiparadigmatische Forschungszugänge, die auch in der vorliegenden Dissertation zu Corporate Social Responsibility zum Einsatz kommen. Weitere thematische Schwerpunkte umfassen Chancengleichheit durch Personalpolitik und International Human Resource Management. Praxis-Erfahrungen sammelte sie in der Leitung von Projekten zur Karriereförderung und zur Weiterentwicklung von Prozessen und Strukturen an Hochschulen. Derzeit gestaltet sie als Organisationsentwicklerin den Strategieprozess der Hochschule Emden/Leer.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Forschungsclusters OPAL unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© **Forschungscluster OPAL**
Hamburg 2026

Working Papers des Forschungsclusters OPAL der Helmut-Schmidt-Universität

Working Papers No. 22, Hamburg 2026

ISSN 2512-8019 (online)

ISSN 2512-7950 (print)

Kontakt

Rebekka Hensen
Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr
Holstenhofweg 85, Gebäude H1, Raum 2133
22043 Hamburg
Tel.: 040 / 65 41 22 32
Fax: 040 / 65 41 35 22

rebekka.hensen@hsu-hh.de
www.hsu-hh.de/opal

Redaktion

Prof. Dr. Wenzel Matiaske
Prof. Dr. Katharina Liebsch

Perspektiven in der Corporate Social Responsibility-Forschung
aus multiparadigmatischer Sichtweise

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades Dr. phil. an der Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften der Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr Hamburg

vorgelegt von

Ilka Marie Frerichs M.Sc.

geboren am 08.08.1988 in Emden

Hamburg 2025

Vorsitzender: Univ.-Prof. Dr. Marcus M. Payk, Professur für Neuere und Neueste Geschichte, Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften, Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr Hamburg

Erstgutachterin: Univ.-Prof. Dr. Barbara Sieben, Professur für Personalpolitik, Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften, Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr Hamburg

Zweitgutachter: Univ.-Prof. Dr. Sven Hauff, Professur für Arbeit, Personal und Organisation, Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften, Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr Hamburg

Disputation: 29. April 2026

Inhaltsangabe der Monographie

In meiner Dissertation beleuchte ich die soziale Verantwortung von Organisationen – ein Thema, das Antworten auf die Frage nach dem Sinn und Zweck von Organisationen verspricht und dessen Relevanz sich nicht zuletzt aus den ansteigenden gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit begründet. Die Bedeutung steigt zum einen in der Unternehmenspraxis; so scheint die Veröffentlichung von CSR-Reports oder die Beteiligung an globalen Initiativen gängige unternehmerische Praxis zu sein. Zum anderen zeigt sich die hohe Relevanz in der Forschung durch den Anstieg wissenschaftlicher Publikationen in den letzten Jahren. Während es sich einerseits um ein aktuelles Thema handelt, ist andererseits zu betonen, dass die Frage nach der sozialen Verantwortung von Organisationen kein neuartiges Phänomen darstellt. Vielmehr reichen die Ursprünge zurück in das Zeitalter der industriellen Revolution. Seitdem wird die Frage im Kontext verschiedener Konzepte untersucht, von denen das angloamerikanisch geprägte Corporate Social Responsibility (CSR)-Konstrukt besonders populär ist. Im Laufe der jahrzehntelangen Entwicklungsgeschichte hat sich ein heterogenes, kontroverses und heikles Forschungsfeld konstituiert. Mit zunehmend bekanntwerdenden Unternehmensskandalen stellt sich die Frage, wie dies mit dem weitverbreitenden CSR-Bekenntnis von Unternehmen zusammenpasst.

CSR ist ein Konstrukt, das an der Schnittmenge zwischen der Gesellschaft und Organisationen ansetzt. Es beschreibt die Integration gesellschaftlicher Belange im Kontext unternehmerischen Handelns. Dennoch werden CSR-Aspekte überwiegend unternehmenszentriert erforscht – dabei steht die Frage im Fokus, ob CSR-Praktiken für Unternehmen rentabel seien (Gond & Matten, 2007). Gesellschaftliche Effekte werden hingegen zu wenig beleuchtet. So schlussfolgern Rupp et al. (2024), dass marginalisierte Stimmen, welche die Nutznießer sozialer Initiativen sein sollten, trotz der jahrzehntelangen Forschung noch immer unberücksichtigt bleiben. Vor diesem Hintergrund stelle ich kritisch heraus, dass der Fokus auf die funktionalistische CSR-Forschung verengt worden ist (vgl. ähnlich auch Öttl, 2014).

Abgrenzend dazu verfolge ich mit meiner Literaturanalyse das Ziel, die Perspektivenvielfalt im CSR-Forschungsfeld aufzuzeigen und besonders politikorientierte Studien in den Fokus zu stellen, in denen marginalisierte Stimmen beleuchtet werden. Diese werden in meiner Arbeit berücksichtigt, indem ich politikorientierte und multiperspektivische CSR-Studien analysiere und diese der funktionalistischen Mainstream-Forschung gegenüberstelle.

Ich vertrete eine Multiparadigmenperspektive und grenze mich damit von weiteren Reviews ab, die überwiegend einen isolationistischen Standpunkt einnehmen und darauf abzielen, voneinander abgrenzbare Paradigmen und Theorie-Gruppen im Forschungsfeld zu identifizieren.

ren (z.B. Gond & Matten, 2007). Als Bezugsrahmen wähle ich den Kompass der Managementforschung von Sieben (2007a, b), nach dem – aus der poststrukturalistischen Forschungsperspektive argumentierend – die Flexibilität in und zwischen Forschungsperspektiven gewürdigt wird. Somit ordne ich meine Arbeit der poststrukturalistischen Forschungsperspektive zu.

In meiner Mixed-Methods-Studie nutze ich verschiedene Methoden, darunter aggregierte Synthesen, bibliometrische Verfahren, eine qualitative Inhaltsanalyse sowie eine explorative Analyse aktueller politikorientierter Publikationen. Im Rahmen des bibliometrischen Verfahrens wende ich quantitative Methoden an, um thematische Sinnprovinzen im Forschungsfeld zu identifizieren. Dafür analysiere ich die 291 meistzitierten Publikationen des Forschungsfeldes. Somit beinhaltet meine Arbeit ebenfalls Forschungspraktiken der funktionalistischen Forschungsperspektive.

Um auch Studien außerhalb der meistzitierten Mainstream-Forschung einzubeziehen, werte ich darüber hinaus 187 empirische Artikel unabhängig von der Zitationshäufigkeit inhaltsanalytisch aus. Dadurch identifiziere ich weitere Themen und beleuchte, wie diese aus verschiedenen Forschungsperspektiven analysiert werden, wobei ich insbesondere den Beitrag politikorientierter Studien hervorhebe. Aus der poststrukturalistischen Forschungsperspektive bündele ich die identifizierten Themen zu Diskurssträngen.

Ich unterscheide mich nicht nur von der unternehmenszentrierten Mainstream-CSR-Forschung, sondern spreche mich auch im Hinblick auf die Durchführung von Reviews für einen Paradigmenwechsel aus. Aus einer funktionalistischen Forschungsperspektive wird überwiegend davon ausgegangen, dass durch die Anwendung empirischer Methoden Forschungsfelder repräsentiert werden können. In Anlehnung an die poststrukturalistischen Studien von Gond et al. (2023) sowie Wenzel und Will (2019) gehe ich nicht davon aus, dass das CSR-Forschungsfeld eine objektiv existierende und von außen messbare Einheit darstellt. Stattdessen befinde ich mich als Forscherin mitten darin und konstituiere durch die Wahl meiner Forschungspraktiken den Diskurs. Durch die performative Wirkung meiner Arbeit möchte ich zur Veröffentlichung weiterer politikorientierter Studien anregen, um die weitgehend unberücksichtigten marginalisierten Stimmen im CSR-Diskurs hervorzuheben.

Danksagung

Wenn ich zurückblicke, dann gleicht die Erstellung meiner Arbeit einer langen Reise. Der Abschluss meiner Dissertation mündete nicht nur in der vorliegenden Arbeit, sondern beschreibt vielmehr einen Prozess, der vor allem geprägt war durch die Begegnungen mit vielen Personen, die mich bei meiner Suche und auf meinem Weg begleiteten. Für die Unterstützung und Inspiration möchte ich mich an dieser Stelle bedanken – allen voran bei Prof. Barbara Sieben, meiner Erstgutachterin und akademischen Begleitung. Barbara Sieben hat durch den von ihr entwickelten Kompass der Managementforschung nicht nur den Bezugsrahmen meiner Arbeit geprägt, sondern mir durch ihre fachliche Betreuung und persönliche Förderung Orientierung auf meinem beruflichen Weg gegeben, die weit über die Erstellung dieser Dissertation reichte. Gemeinsam mit Prof. Peter Conrad weckte sie mein Interesse für die kritische Managementforschung, bereicherte mein Denken und eröffnete mir einen alternativen Blickwinkel, der die managementorientierte Perspektive meines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums bereicherte und komplementierte. Über dies danke ich Barbara Sieben für ihre Flexibilität, ihre Geduld und vor allem dafür, dass sie mich stets zum Abschluss dieser Arbeit ermutigte. Ein weiterer großer Dank gilt Prof. Sven Hauff, der mir seit der Übernahme der Professur für Arbeit, Personal und Organisation Unterstützung bot, mich in meiner akademischen Arbeit ebenso prägte und sich zur Erstellung des Zweitgutachtens bereit erklärte. Darüber hinaus möchte ich mich vor allem bei Prof. Thorsten Teichert für die methodische Unterstützung bedanken, der mir in zahlreichen Kursen und Sitzungen die Anwendung bibliometrischer Methoden beibrachte und die Ergebnisse gemeinsam mit mir publizierte. Meine Tätigkeit an der Helmut-Schmidt-Universität und die Erstellung meiner Dissertation war ebenfalls durch ein unterstützendes Teamklima geprägt. Für die konstruktive Zusammenarbeit möchte ich mich ganz besonders bei meinen Kolleginnen, Dr. Vanessa Bernauer und Dr. Angela Kornau, bedanken.

Während des Abschlusses meiner Dissertation führte mich mein Weg zurück in meine Heimatstadt Emden und eröffnete mir neue beruflichen Perspektiven an der Hochschule Emden/Leer. Auch dort haben das Arbeitsklima und das berufliche Umfeld dazu beigetragen, dass ich meine Arbeit abschließen konnte und Inspirationen für Weiterungen erhielt. Mein großer Dank gilt André Dirks und Lisa Eidloth für die konstruktive Zusammenarbeit im Hinblick auf die Frage, inwieweit Machine-Learning-Ansätze in Anknüpfung an meine Datenauswertung einen Beitrag für künftige Forschung liefern können.

Besonders herausfordernd war es für mich, meine Arbeit neben meiner Tätigkeit als Leiterin mehrerer Projekte zu beenden, sodass ich mich für das Verständnis und den Rückhalt meiner Kolleg*innen bedanken möchte.

Darüber hinaus haben mich viele weitere Freund*innen angespornt und ermutigt, die parallelen Herausforderungen zu bewältigen. Hervorheben möchte ich zudem die Unterstützung durch Andrea Karacic, die mit mir das Studium meisterte und mit mir zahlreiche gemeinsame Seminararbeiten im Fach Personalmanagement verfasste. Ich danke ihr nicht nur für das mehrfache Korrekturlesen der vorliegenden Arbeit, sondern vor allem für ihre Freundschaft und für ihr aufrichtiges Interesse.

Begleitet wurde ich durch meinen Partner, Frank Milich, der mir sehr viel Geduld entgegenbrachte. Bei ihm möchte ich mich für das große Verständnis bedanken.

Mein größter Dank gilt meinen Eltern, Dietmar und Manuela Frerichs, die mir diesen Weg ermöglichten und mich in allen Facetten unterstützen. Ihnen beiden ist diese Arbeit gewidmet.

Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Verzeichnis der Abbildungen.....	VIII
Verzeichnis der Tabellen	VIII
1 Einleitung	1
2 State-of-the-Art der CSR-Forschung und Bezugsrahmen der Arbeit.....	7
2.1 Die heterogene CSR-Forschung.....	7
2.1.1 Entwicklung des CSR-Konstruktes und Forschungsfeldes	7
2.1.2 Verwandte Konzepte im Forschungsfeld	14
2.1.3 Klassifizierung des CSR-Forschungsfeldes	20
2.1.4 Reflektion und Abgrenzung meiner Arbeit von bisherigen Reviews.....	24
2.2 Verortung in der Perspektivenvielfalt der Managementforschung	26
2.2.1 Pluralismus als Forschungsstrategie.....	26
2.2.2 Informelle Forschungsnetzwerke als Bezugsrahmen bibliometrischer Analysen	28
2.2.3 Der Kompass der Managementforschung als Analysegerüst paradigmatischer Analysen	31
3 Bibliometrische Analyse der CSR-Forschung	36
3.1 Vorbemerkungen zur bibliometrischen Analyse.....	36
3.2 Methode.....	37
3.2.1 Datengenerierung und Datenbasis.....	37
3.2.2 Datenanalysen	40
3.3 Themen in der CSR-Forschung.....	42
3.3.1 Der Kern der CSR-Forschung.....	43
3.3.2 Thematische Sinnprovinzen der CSR-Forschung	45
3.3.3 Trends der CSR-Forschung.....	50
3.3.4 Zusammenfassung und Reflektion	53
4 Qualitative Inhaltsanalyse zu Perspektiven der CSR-Forschung.....	57
4.1 Vorbemerkungen zur qualitativen Inhaltsanalyse.....	57
4.2 Methode.....	59
4.2.1 Datengenerierung und Datenbasis.....	59
4.2.2 Datenanalyse	62
4.3 Forschungsperspektiven in der CSR-Forschung.....	63

4.3.1	Methoden und Forschungsperspektiven im Überblick sowie in Studien mit politisierenden Forschungszielen	63
4.3.2	Diskursstränge in der CSR-Forschung	71
4.3.3	Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen	72
4.3.4	Ausgewählte Führungs- und Management-Aspekte von CSR-Praktiken	83
4.3.5	Institutionelle Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten	95
4.3.6	Treiber und Motive für die Implementierung von CSR-Praktiken	103
4.3.7	Strategische Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen	110
4.3.8	CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen	115
4.3.9	Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortliches Handeln von Unternehmer*innen	125
4.3.10	CSR-Praktiken und Diversitätsaspekte	132
4.3.11	CSR-Konzeptualisierungen	137
4.3.12	Zusammenfassung	139
5	Diskussion.....	144
5.1	Limitationen der Analysen und mögliche Weiterungen	144
5.2	Epistemologische Reflektion der Limitationen.....	148
5.3	Der Beitrag meiner multiperspektivischen Analyse	150
5.4	Reflektion von Trends und aktuellen politikorientierten Studien	157
6	Schlusswort.....	164
	Literaturverzeichnis.....	171

Abkürzungsverzeichnis

AI/KI	- Artificial Intelligence/Künstliche Intelligenz
Anm.d.Verf.	- Anmerkung der Verfasser*in
CCO	- Communicative Constitution of Organizations
CFP	- Corporate Financial Performance
CR	- Corporate Responsibility
CSIR	- Corporate Social Irresponsibility
CSP	- Corporate Social Performance
CSR	- Corporate Social Responsibility
EMNCs	- Emerging Market Multinationals

ESOP	- Employee Stock Option Plan
Herv.i.O.	- Hervorhebung im Original
i.O.herv.	- Im Original hervorgehoben
IHRM	- International Human Resources Management
LGBT	- Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender
SSCI	- Social Science Citation Index

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1 Managementkompass	33
Abbildung 2 Relevanz der Sinnprovinzen des Kerns der CSR-Forschung zwischen 2006 und 2020	51
Abbildung 3 Relevanz der Sinnprovinzen der Peripherie der CSR-Forschung zwischen 2006 und 2020	51
Abbildung 4 Prozess der Identifizierung, Sichtung und des Aus- und Einbezugs von Artikeln	61

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1 Aufkommen neuer Konzepte und Schwerpunkte im CSR-Forschungsfeld.....	8
Tabelle 2 Klassifizierungen des CSR-Forschungsfeldes	21
Tabelle 3 Kriterien zum Ein- und Ausschluss von zitierenden Artikeln für die bibliometrische Analyse.....	40
Tabelle 4 Kernpublikationen der CSR-Forschung	44
Tabelle 5 Thematische Sinnprovinzen der CSR-Forschung	46
Tabelle 6 Merkmale der thematischen Sinnprovinzen, Lücken und Ausblick für weitere CSR-Forschung	54
Tabelle 7 Kriterien zum Ein- und Ausschluss von Publikationen in die qualitative Inhaltsanalyse	60
Tabelle 8 Forschungsperspektive und Methode	64
Tabelle 9 Forschungsfragen und Methoden von multiperspektivischen und politisierenden Studien.....	65
Tabelle 10 Diskursstränge und ihr Vorkommen in analysierten Artikeln.....	72
Tabelle 11 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen	74
Tabelle 12 Mitarbeitende	75

Tabelle 13 Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen	80
Tabelle 14 Kund*innen	82
Tabelle 15 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu ausgewählten Führungs- und Management-Aspekten von CSR-Praktiken	84
Tabelle 16 CSR-Kommunikation.....	85
Tabelle 17 Führungsaspekte.....	89
Tabelle 18 Implementierungsprozesse	91
Tabelle 19 Supply-Chain-Management-Aspekte	94
Tabelle 20 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu institutionellen Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten.....	96
Tabelle 21 Ausgewählte Länderkontexte	97
Tabelle 22 Einfluss institutioneller Faktoren	101
Tabelle 23 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu Treibern und Motiven für die Implementierung von CSR-Praktiken	104
Tabelle 24 Treiber	105
Tabelle 25 Motive	108
Tabelle 26 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu strategischen Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen	111
Tabelle 27 Korrelation zwischen CSR und CFP	111
Tabelle 28 Einfluss auf weitere organisationale Erfolgsgrößen.....	113
Tabelle 29 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu CSR- Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen.....	116
Tabelle 30 Organisationen umstrittener Industrien	117
Tabelle 31 Kleine und mittelständische Unternehmen.....	119
Tabelle 32 Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken.....	121
Tabelle 33 Sportorganisationen.....	122
Tabelle 34 Hybride Organisationen und Sozialunternehmen.....	124
Tabelle 35 Familienunternehmen.....	125
Tabelle 36 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zur Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortlichem Unternehmer*innen- Handeln	126
Tabelle 37 Skepsis gegenüber CSR-Praktiken.....	127
Tabelle 38 Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln	130

Tabelle 39 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu CSR-Praktiken und Diversitätsaspekten	132
Tabelle 40 Gender-Diversity	133
Tabelle 41 Weitere Diversitätsmerkmale	136
Tabelle 42 CSR-Konzeptualisierungen	137
Tabelle 43 Forschungsperspektiven, ihr Vorkommen in Diskurssträngen und damit verbundene Konzeptverständnisse	141
Tabelle 44 Anwendungsbeispiele für zukunftsfähige Richtungen der CSR-Forschung.....	153

1 Einleitung

Ich beginne meine Arbeit mit einem Zitat von Votaw (1972, S. 25 – i.O.herv.), denn dies verdeutlicht, dass seit Jahrzehnten das heterogene Verständnis des Corporate Social Responsibility (CSR)-Konzepts kritisch betont wird. „The term is a brilliant one; it means something, but not always the same thing, to everybody. To some it conveys the idea of legal responsibility or liability; to others, it means socially responsible behavior in the ethical sense“. Vor dem Hintergrund der Heterogenität des CSR-Forschungsfeldes verfolgten Wissenschaftler*innen vergeblich das Ziel, ein allgemeingültiges Paradigma festzulegen. Ca. 50 Jahre nach der Veröffentlichung der vielzitierten Kritik von Votaw (1972) wird die CSR-Forschung noch immer als fragmentarisch beschrieben. Folglich gibt es kein allgemeingültiges Verständnis darüber, wie das Konzept definiert oder abgegrenzt werden sollte (Gond et al., 2023; Mitnick, 2019; Wood & Logsdon, 2019). Doch gerade die Heterogenität, die in der Mainstream-Forschung kritisiert wird, ist für mich ein Grund die facettenreiche CSR-Forschung zu analysieren mit dem Ziel, die Perspektivenvielfalt im Forschungsfeld aufzuzeigen und den Fokus auf unterrepräsentierte Perspektiven zu richten. Ein weiterer Grund ist, dass die CSR-Forschung Antworten auf die Frage nach dem Sinn und Zweck von Organisationen verspricht. Fragen nach der sozialen Verantwortung von Organisationen lassen sich bis in das Zeitalter der industriellen Revolution zurückverfolgen (Husted, 2015). Als Startpunkt der neuzeitigen, angloamerikanisch geprägten CSR-Forschung gilt häufig das Werk „Social Responsibilities of the Businessman“ von Bowen aus dem Jahre 1953. Die Entwicklung des CSR-Konstrukts und des Forschungsfeldes zeige ich mittels einer aggregierten Synthese in 2.1.1 auf. Insgesamt hat sich CSR zu einem breit gefächerten, multidimensionalen Konzept entwickelt, welches auf verschiedenen Ebenen und vor allem aus verschiedenen Disziplinen analysiert wird. Neben der Managementforschung gehören dazu unter anderem auch das Rechnungswesen, die Finanz- und Rechtswissenschaften, die Marketingforschung sowie die Psychologie (Rupp et al., 2024). Die meisten Studien werden im Journal of Business Ethics veröffentlicht (Frerichs & Teichert, 2023, S. 237 f.). Darüber hinaus ist die Forschung aufgrund der Entstehung verwandter Konzepte durch einen Begriffspluralismus gekennzeichnet. Darauf gehe ich in 2.1.2 ein und zeige die Vielfalt verwandter Konzepte auf. Da CSR in der Forschung als „populärster Ansatz“ (Abländer & Brink, 2008, S. 107) sowie als „umbrella term“ (Scherer & Palazzo, 2007, S. 1096) bezeichnet wird und sich der Begriff als übergeordnetes Konzept durchgesetzt hat (Carroll, 2015; Latapí Agudelo et al., 2019), fokussiere ich in meiner Arbeit dieses Konzept.

Die CSR-Forschung ist nicht nur vielfältig, sondern auch kontrovers und heikel und damit interessant. Einerseits steigt die Relevanz sowohl in der Unternehmenspraxis als auch im wissenschaftlichen Diskurs, doch andererseits werden mit zunehmenden Unternehmensskandalen kritische Stimmen öffentlich.

Die hohe Bedeutung in der Unternehmenslandschaft zeigt sich durch eine enorme Beteiligung von Unternehmen an globalen Initiativen. Laut der offiziellen Website des Globalen Pakt der Vereinten Nationen¹ zählen über 25.000 Organisationen zu den Teilnehmenden dieser Initiative. Darunter sind sogar mehr als 12.000 klein- und mittelständische Unternehmen. Weitere Initiativen sind der BSR®², CSR-Europe³, die Global Reporting Initiative⁴, Social Accountability International⁵ und der World Business Council for Sustainable Development⁶. Mit der Teilnahme suggerieren Unternehmer*innen, sich für Menschenrechte, für faire Arbeitsbedingungen, für Umweltschutz zu engagieren, Korruption zu bekämpfen und Richtlinien und Standards in der Erstellung von CSR-Berichten anzuwenden.

Die Relevanz im wissenschaftlichen Diskurs zeigt sich vor allem durch gestiegene Publikationszahlen. Beispielsweise zeigen Latapí Agudelo et al. (2019, S. 14 f.), dass sich die Anzahl der im Web of Science gelisteten Veröffentlichungen zwischen 2010 und 2017 vervierfachte. Wird im Social Science Citation Index (SSCI) nach den Suchbegriffen⁷ „corporate social responsibility“ AND „organization“ gesucht, so wurden in den letzten fünf Jahren über 2100 englischsprachige Artikel publiziert.

Der wissenschaftliche Diskurs umfasst auch einige wenige kritische Publikationen (z.B. Banerjee, 2022; Hanlon, 2008; Kuhn & Deetz, 2008; van Oosterhout & Heugens, 2008). Ein Beispiel ist das Buch von Fleming und Jones (2013) mit dem Titel „The End of Corporate Social Responsibility: Crisis & Critique“. Kritische Studien beruhen auf Arbeiten der Philosophen Derrida, Levinas (Jones, 2003; Roberts, 2001), Foucault (Banerjee, 2008; Roberts, 2001) und Habermas (Scherer & Palazzo, 2007). Darin kritisieren Forschende potentiell negative gesellschaftliche Auswirkungen von CSR-Maßnahmen unter Machtgesichtspunkten. Geschlechteraspekte und die Frage der Chancengerechtigkeit werden darin interessanterweise kaum berücksichtigt (Grosser & Moon, 2019, S. 333). Deutlich wird, dass unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln im Kontrast steht zur hohen Anzahl an Organisationen, in denen sich Manager*innen in Berichten zur Einhaltung von CSR-Richtlinien und Standards bekennen.

¹ <https://www.unglobalcompact.org>

² <https://www.bsr.org/>

³ <https://www.csreurope.org/>

⁴ <https://www.globalreporting.org/>

⁵ <http://www.sa-intl.org/>

⁶ <http://www.wbcsd.org/>

⁷ Die Auswahl der Suchbegriffe erläutere ich im Rahmen der bibliometrischen Analyse in 3.2.1.

nen. Dies unterstreicht das folgende Zitat von Banerjee (2008, S. 63): „The literature on corporate social responsibility easily identifies ‘bad’ corporate citizens: tobacco companies, weapons manufacturers, environmental polluters. However, the fact that these companies regularly publish corporate citizenship and social performance reports tends to muddy the waters more than a little“.

Abgesehen von solchen kritischen Beispielen, in denen gesellschaftliche Effekte thematisiert werden, wird CSR überwiegend unternehmenszentriert untersucht. Dies ist gerade vor dem Hintergrund fraglich, da die Gemeinsamkeit vieler Begriffsdefinitionen darin besteht, CSR als ein Phänomen aufzufassen, dass an der Schnittmenge zwischen Organisationen und der Gesellschaft ansetzt (Gond & Matten, 2007). In unternehmenszentrierten Ansätzen wird die gesellschaftliche Dimension des CSR-Konzepts jedoch ausgeblendet (Öttl, 2014). Selbst im Jahre 2024 wird geschlussfolgert, dass viele soziale Akteur*innen als Empfänger*innen von CSR-Maßnahmen unberücksichtigt blieben (Rupp et al., 2024). Der hohe Anteil unternehmenszentrierter Studien sowie die damit einhergehenden Fragen zu den ökonomischen Effekten eines sozial verantwortlichen Unternehmer*innen-Handelns gehen mit einer Überbetonung des funktionalistischen Forschungsparadigmas einher (Gond & Matten, 2007; Öttl, 2014, Scherer & Palazzo, 2007). Diese Überbetonung führt „zu einer (unfreiwilligen) theoretischen Verengung und damit auch zu einer Verarmung der CSR-Forschung“ (Öttl, 2014, S. 238). Aus einer solche Verengung resultiert auch, dass weniger häufig betrachtete Forschungsperspektiven nicht genug Beachtung finden und dass das pluralistische Charakteristikum des CSR-Diskurses nicht hinreichend analysiert wird (Gond & Matten, 2007).

Anstatt das CSR-Forschungsfeld auf ein einheitliches Paradigma zu reduzieren, ziele ich darauf ab, die Perspektivenvielfalt im CSR-Diskurs herauszustellen. Die Beschreibung von Organisationen nach Morgan (1997, S. 16) als „komplexe und paradoxe Phänomene, die sich aus ganz verschiedenen Perspektiven betrachten lassen“ trifft auch auf das CSR-Konzept zu. Aus verschiedenen Forschungsperspektiven ergeben sich unterschiedliche CSR-Konzeptionen (Gond & Matten, 2007), die ich in dieser Arbeit aufzeige. Die Analyse des CSR-Konzepts aus verschiedenen Forschungsperspektiven ist zur Überwindung einer einseitigen unternehmenszentrierten Sichtweise erforderlich. Als Forschungsstrategie, die aufgefasst werden kann als „plan of action, process or design lying behind the choice and use of methods“ (Crotty, 1998, S. 3), wähle ich einen multiparadigmatischen Zugang, den ich in 2.2.1 erläutere. Aus einer Multiparadigmenperspektive wird angenommen, dass im wissenschaftlichen Diskurs verschiedene Wahrheiten hervorgebracht werden (Scherer & Marti, 2014, S. 35). Gerade weil die CSR-Literatur so heterogen und kontrovers ist, ziele ich darauf ab, das Forschungsfeld multi-

paradigmatisch zu beleuchten. Eine multiparadigmatische Analyse ermöglicht es vor allem auch, Forschungsperspektiven zu beleuchten, die weniger häufig betrachtet werden (Gond & Matten, 2007; Öttl, 2014). Dies inkludiert vor allem politikorientierte Analyseansätze (z.B. Banerjee, 2022).

Seit Kuhns (1970) Veröffentlichung mit dem Titel „The Structure of Scientific Revolutions“ sind Wissenschaftler*innen an der Frage interessiert, wie Forschungsfelder organisiert sind (Wenzel & Will, 2019). Dies lässt sich mittels verschiedener Methoden analysieren, die auf unterschiedlichen epistemologischen Vorstellungen basieren. Kuhn (1970) beschreibt Forschungsfelder als wissenschaftliche Gemeinschaften. Solche „scientific communities“ (Wenzel & Will, 2019, S. 517) können *einerseits* als Gruppe von Wissenschaftler*innen verstanden werden, die gemeinsame Annahmen und Interessen teilen und zum Beispiel in Anlehnung an Crane (1972) als „invisible colleges“ bezeichnet werden. Hierbei handelt es sich um ein akteurszentriertes Verständnis von wissenschaftlichen Netzwerken, die sich mittels bibliometrischer Analysen identifizieren lassen. Auf das Konzept der informellen Forschungsnetzwerke gehe ich in 2.2.2 ein.

Gemäß Wenzel und Will (2019) wird jedoch in einer solchen Auffassung basierend auf Kuhn (1970) nicht hinreichend berücksichtigt, dass Kommunikation wissenschaftliche Gemeinschaften und somit Forschungsfelder konstituiert. Vogel (2012) hat gezeigt, dass Kommunikation als formender Mechanismus angesehen werden kann, durch den Forschungsfelder produziert und rekonstruiert werden. Daran anknüpfend können Forschungsfelder *andererseits* auch aus einer „communicative constitution of organizations“ (CCO) perspective“ (Wenzel & Will, 2019, S. 519) untersucht werden (z.B. Ashcraft et al., 2009; Cooren et al., 2011). Wenzel und Will (2019, S. 519) geben der CCO-Perspektive den Vorrang: „The underrepresented role of communication in writings on scientific communities is unfortunate because it leaves us with an incomplete understanding of the emergence and evolution of academic fields“.

Die CCO-Perspektive umfasst mehrere Ansätze (z.B. Brummans et al., 2014; Schoeneborn et al., 2014). Im Kern geht es darum, dass Organisationen durch Kommunikation gebildet und aufrechterhalten werden (Schoeneborn et al., 2014, S. 286). Gemäß Wenzel und Will (2019, S. 519) basiert die CCO-Perspektive sowohl auf dem linguistic turn (van Dijk, 1997) als auch auf dem practice turn (z.B. Reckwitz, 2002). Im Sinne des linguistic turns werden Sachverhalte durch Kommunikation nicht objektiv widergespiegelt. Stattdessen werden soziale Realitäten dadurch produziert und konstituiert (Cooren et al., 2011). Auch ich gehe auf Basis des linguistic turns in Anlehnung an Sieben (2007b, S. 14) davon aus, dass Sprache kein Mittel ist,

um Informationen unverfälscht zu transportieren, sondern vielmehr das formt, „worüber gesprochen und geschrieben wird“. Folglich fasse ich Wissenschaft ebenfalls als ein „Rede-geschäft“ auf (Scherer, 2006, S. 58 – i.O.herv.). Im Sinne des practice turns wird das Leben durch soziale Praktiken konstruiert und reproduziert (Schatzki, 1996, S. 89). Im Rahmen der CCO-Perspektive wird der Blick somit auf kommunikative Praktiken gelenkt (Wenzel & Will, 2019).

Abgrenzend zu Wenzel und Will (2019) zeige ich auf Basis einer Multiparadigmenperspektive, dass sich verschiedene Ansätze nicht ausschließen. Vielmehr können unterschiedliche Zugänge, auch wenn diese auf unterschiedlichen epistemologischen Annahmen basieren, kombiniert und zur Beantwortung verschiedener Forschungsfragen herangezogen werden. Aus der Zielsetzung, das heterogene CSR-Forschungsfeld multiparadigmatisch zu analysieren, resultieren die zwei folgenden Forschungsfragen:

1. Welche thematischen Sinnprovinzen lassen sich im CSR-Forschungsfeld identifizieren?
2. Wie werden CSR-Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet?

Mit der ersten Frage ziele ich darauf ab, Sinnprovinzen auf Basis von Zitationen und Ko-Zitationen zu erkennen. Dafür wende ich bibliometrische Methoden an. Diese lege ich im dritten Kapitel dar, nachdem ich den State-of-the-Art der CSR-Forschung und den Bezugsrahmen der Arbeit im zweiten Kapitel beschrieben haben werde. Durch die Reflektion vorheriger Literaturarbeiten und bibliometrischer Studien zeige ich, dass darin überwiegend ein isolationistischer Standpunkt vertreten wird, nachdem verschiedene, inkommensurable Paradigmen⁸ (Gond & Matten, 2007) beziehungsweise Theorie-Gruppen (Secchi, 2007) identifiziert werden. Außerdem wird davon ausgegangen, dass sich objektiv zu untersuchende Forschungsfelder mittels bibliometrischer Methoden ganzheitlich vermessen ließen. In Anlehnung an die Kritik von Gond et al. (2023), auf die ich in 2.1.4 eingehe, nehme ich an, dass Forschungspraktiken das konstituieren, was Forscher*innen mittels bibliometrischer Studien häufig zu messen vorgeben – nämlich die zu untersuchenden Forschungsfelder⁹. Folglich geht es in meiner bibliometrischen Studie nicht darum, dass CSR-Forschungsfeld ganzheitlich zu repräsentieren. Stattdessen zeige ich auf, durch welche häufig referenzierten Publikationen das Forschungsfeld konstituiert wird und welche thematischen Sinnprovinzen sich dadurch identifizieren lassen. Die quantitativen bibliometrischen Methoden werden auf die meistzitier-

⁸ Den Inkommensurabilitätsbegriff sowie den Isolationismus-Standpunkt erkläre ich in 2.2.1.

⁹ Diese Metapher verwende ich in Anlehnung an Laske und Weiskopf (1996), welche eine Prämissenkritik am Vermessungs-Paradigma mit Blick auf Personalauswahlverfahren vornehmen. Darin schreiben sie: „Personalauswahlverfahren produzieren selbst, was sie zu messen vorgeben - das Personal von Organisationen“ (Laske & Weiskopf, 1996, S. 295). Dieses Zitat wende ich auf Literaturanalysen an, in denen angenommen wird, mittels wissenschaftlicher Methoden ein Forschungsfeld repräsentieren zu können.

ten Referenzen eines Datensatzes angewandt, der aus 1902 englischsprachigen Artikeln besteht, die zwischen 1994 und 2020 veröffentlicht wurden.

Um auch Artikel einzubeziehen, die nicht zur Mainstream-Forschung gehören, werte ich darüber hinaus empirische Artikel eines Publikationsjahres unabhängig von der Zitationshäufigkeit paradigmatisch mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse aus. Damit beantworte ich die zweite Forschungsfrage; nämlich wie Themen im CSR-Diskurs aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden. Zur Analyse von Forschungsperspektiven können mehrere Paradimentypologien herangezogen werden (Burrell & Morgan, 1979; Deetz, 1996; Sieben, 2007a, b). Wie ich in 2.2.3 erläutere, gebe ich aus der CCO- und der Multiparadigmenperspektive dem Kompass der Managementforschung von Sieben (2007a, b) den Vorzug. Diesen wende ich in Anlehnung an Sieben (2007a, b) zum einen an, um unterschiedliche Forschungsperspektiven im Forschungsfeld aufzuzeigen und um vor allem politikorientierte Studien den überwiegenden funktionalistischen Artikeln gegenüberzustellen.

Zum anderen wird anhand des Managementkompasses deutlich, dass ich selbst die funktionalistische mit der poststrukturalistischen Forschungsperspektive kombiniere. Einerseits wende ich Forschungspraktiken von quantitativen Literaturanalysen an. Andererseits argumentiere ich aus der CCO-Perspektive und werte Studien mithilfe des poststrukturalistischen Managementkompasses von Sieben (2007a, b) inhaltsanalytisch aus. Die qualitative Inhaltsanalyse lege ich im vierten Kapitel meiner Arbeit dar. Insgesamt folge ich Sieben (2007b), die zwischen einer Grob- und einer sich daran schließenden Feinanalyse unterscheidet. In meiner Arbeit fasse ich die bibliometrische Analyse zur Identifizierung von thematischen Sinnprovinzen als Grobanalyse auf. Die paradigmatische Untersuchung von CSR-Artikeln bildet daraufhin die Feinanalyse meiner Arbeit.

Sowohl die quantitativen bibliometrischen Methoden als auch die qualitative Inhaltsanalyse gehen mit Limitationen einher, die ich in einer methodischen Diskussion in 5.1 und einer epistemologischen Reflexion in 5.2 kritisch beleuchte. Die Herausforderung qualitativer Inhaltsanalysen besteht vor allem darin, große Datenmengen auszuwerten. Deshalb diskutiere ich, inwiefern computergestützte Textanalysen für die Untersuchung großer Datensätze eingesetzt werden können. Dies basiert auf einer sich dieser Arbeit anschließenden Analyse (Frerichs & Dirks, in Vorbereitung). Im Rahmen der inhaltlichen Diskussion würdige ich den Beitrag meiner multiperspektivischen Analyse in 5.3 und beleuchte Trends und aktuelle politikorientierte Studien in 5.4. Schließlich endet meine Arbeit mit einer Schlussbetrachtung im sechsten Kapitel.

2 State-of-the-Art der CSR-Forschung und Bezugsrahmen der Arbeit

2.1 Die heterogene CSR-Forschung

In 2.1 beleuchte ich das CSR-Forschungsfeld mittels aggregierter Synthesen. Mit diesem Vorgehen verfolgen Forscher*innen das Ziel, Erkenntnisse aus unterschiedlichen Studien zusammenzuführen. In Abgrenzung zu interpretativen Synthesen, die angewendet werden, um Konzepte neu zu entwickeln, liegt der Fokus von aggregierten Synthesen eher auf der Beschreibung, als auf der Weiterentwicklung von Konzepten (Drisko, 2020). In Abgrenzung zu systematischen Synthesen (Latapí Agudelo et al., 2019) wähle ich ein exploratives Vorgehen, da ich nicht das Ziel verfolge, das CSR-Forschungsfeld ganzheitlich zu repräsentieren (Gond et al., 2023). Vielmehr geht es darum, einen Einblick in die Entwicklung und den Stand der derzeitigen CSR-Forschung zu geben und anschließend zu reflektieren. Vor diesem Hintergrund zeige ich die historische Entwicklung des Forschungsfeldes auf (s. 2.1.1), grenze CSR von verwandten Konzepten ab (s. 2.1.2) und lege dar, wie das heterogene Forschungsfeld in verschiedenen Literaturanalysen klassifiziert wird (s. 2.1.3). Daran anschließend stelle ich den Beitrag meiner Arbeit heraus (s. 2.1.4).

2.1.1 Entwicklung des CSR-Konstruktes und Forschungsfeldes

Das folgende Kapitel dient dazu, zu skizzieren, wie sich das CSR-Forschungsfeld entwickelte. Die historische Entwicklung wurde bereits über eine Zeitspanne eines halben Jahrhunderts aufbereitet – angefangen mit der Publikation von Heald (1970) bis hin zur Veröffentlichung von Rupp et al. (2024). Daraus geht die Charakterisierung einzelner Dekaden hervor. Mittels der eben beschriebenen explorativen, aggregierten Synthese¹⁰ umreißt ich in meiner chronologisch aufbereiteten Darstellung, welche Konzepte und Schwerpunkte die Forschung in den einzelnen Dekaden prägten, ohne die Entwicklung des Forschungsfeldes vollständig zu repräsentieren. Aus der Tabelle 1 wird deutlich, welche Konzepte in welcher Dekade aufkamen. Alternative Darstellungsweisen gehen aus Carroll (2015, S. 91) sowie Gond und Moon (2011, S. 11) in Anlehnung an Mohan (2003, S. 75) hervor. Außerdem zeigt meine tabellarische Darstellung, welche Schwerpunkte im Forschungsfeld in den einzelnen Dekaden gesetzt wurden.

¹⁰ Für die Analyse wertete ich vor allem Artikel aus, die in Gond et al. (2023) als historische Reviews hervorgehoben werden. Insgesamt umfasst meine Synthese Erkenntnisse der folgenden Artikel: Carroll (1999); Carroll (2008); Carroll (2015); Carroll (2021); Carroll & Brown (2018); Carroll & Shabana (2010); Gond & Moon (2011); Husted (2015); Latapí Agudelo et al. (2019); Lee (2008); Rupp et al. (2024); Wenzel & Will (2019).

Tabelle 1 Aufkommen neuer Konzepte und Schwerpunkte im CSR-Forschungsfeld

Jahrzehnt	Aufkommen neuer Konzepte	Schwerpunkte im CSR-Forschungsfeld
Vor 1950	Stewardship, Trusteeship	Analyse philanthropischer Handlungen von Treuhänder*innen
1950-1960	Businessmen's Social Responsibility, Social Responsibility	„Social Responsibility“ entwickelte sich als akademisches Konzept
1960-1970	(Corporate) Social Responsibility	Ausweitung verschiedener CSR-Definitionen, Konträre Sichtweisen zur Frage der sozialen Verantwortung von Unternehmen spalteten den Diskurs
1970-1980	CSR, Corporate Social Responsiveness, Corporate Social Performance	Ausweitung verschiedener CSR-Definitionen, Herleitung von CSR-Dimensionen, Harmonisierung von ökonomischen und ethischen Zielen
1980-1990	Stakeholder Management, Business Ethics	Zunehmende Operationalisierungen von CSR, Integration verschiedener Konzepte in Corporate Social Performance-Modellen, Entstehung der Forschung zur Messung der Korrelation zwischen CSR und Corporate Financial Performance (CFP)
1990-2000	Corporate Citizenship, Sustainability	Zunahme der strategischen CSR-Forschung, Analyse von CSR-Fragen im internationalen Kontext, Zunehmende Institutionalisierung des CSR-Konzepts, Ausdifferenzierung der Frage, welche Stakeholder durch unternehmerisches Handeln betroffen seien
2000-2010	Political CSR	Zunahme der im Forschungsfeld angewandten Theorien, Akzeptanz der CSR-Forschung als Feld ohne einheitliches Paradigma
Ab 2010	Creating Shared Value	Zunahme der strategischen CSR-Forschung, Zunehmende Mikrofundierung der CSR-Forschung

(Eigene Darstellung in teilweiser Anlehnung an Carroll, 2015, S. 91, Gond & Moon, 2011, S. 11 und Mohan, 2003, S. 75)

Die Frage nach der sozialen Verantwortung von Unternehmen entstand bereits im 17. Jahrhundert (Sarfraz et al., 2018, S. 2) und gewann zuzeiten der industriellen Revolution in der Unternehmenspraxis an Bedeutung (Husted, 2015). Die Ideologie der sozialen Verantwortung beruhte vor allem auf religiösen Überzeugungen einflussreicher Unternehmer*innen (Gond & Moon, 2011). Aus Husted (2015) geht hervor, welche sozialen Praktiken von Beginn des 19. Jahrhunderts bis zum ersten Weltkrieg in England, den USA, Japan, Indien und Deutschland von Unternehmer*innen umgesetzt wurden.

In den 1920ern prägten vor allem die Konzepte Stewardship und Trusteeship, die von der protestantischen Religion beeinflusst wurden, die Unternehmenspraxis (Bowen, 1953; Carroll, 2008; Gond & Moon, 2011). Basierend auf Bowen (1953, S. 33) stand hinter dem Konzept Stewardship das Prinzip, dass diejenigen, die Eigentum besitzen, verpflichtet wären, dies in einer Weise zu nutzen, die der Gesellschaft diene. Das Konzept Trusteeship besagte, dass Manager*innen nicht nur für die Maximierung des Aktienwerts verantwortlich wären, sondern auch dafür, ein Gleichgewicht zwischen konkurrierenden Interessen weiterer Stakeholder zu schaffen (Hay & Gray 1974, S. 136). Zusammengefasst standen vor 1950 die philanthropi-

schen Handlungen von Treuhänder*innen im Fokus. Fragen der sozialen Verantwortung wurden anfänglich vor allem in der Unternehmenspraxis diskutiert.

Zwischen 1950 und 1960 entwickelte sich das CSR-Konstrukt zu einem akademischen Konzept (Heald, 1970; Gond & Moon 2011), auch wenn sich daraus noch kein eigenständiges Forschungsfeld mit definierbaren Grenzen herausbildete (Wenzel & Will, 2019). Aspekte der sozialen Verantwortung wurden zunächst vor allem unter dem Begriff „Social Responsibility“ untersucht (Carroll, 1999, 2008, 2015). Gemäß Bowen (1953, S. 6) handelte es sich dabei um „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“. Auch in dieser Zeit wurde die Verantwortlichkeit für soziale Belange auf Ebene der Unternehmer*innen verortet. Vor diesem Hintergrund bezeichneten Wissenschaftler*innen das Konzept ebenfalls als „Businessmen’s Social Responsibilities“ (Gond & Moon, 2011, S. 11). Wie bereits Carroll (1999) kritisch reflektierte, wurden Frauen als Unternehmerinnen in diesem Kontext nicht berücksichtigt. Zusammengefasst ging es Befürworter*innen wie Bowen (1953) nicht um die Frage, ob Unternehmer*innen für gesellschaftliche Belange verantwortlich seien oder nicht. Vielmehr wurde stattdessen die Frage analysiert, welche Aspekte die soziale Verantwortung umfasse (Gond & Moon, 2011).

Die 1960er Jahre wurden vor allem in den USA durch soziale Bewegungen geprägt. Ausgehend von zunehmenden gesellschaftlichen Erwartungen zeichnete sich dieses Jahrzehnt durch einen Anstieg an Publikationen aus, in denen das Konzept Social Responsibility definiert wurde (Carroll, 2015; Carroll & Shabana, 2010, S. 87). Neben Bowen wurde Davis als weiterer Forscher herausgestellt, der das Konzept prägte. Carroll (1999, S. 271) bezeichnete ihn als „the runner-up to Bowen for the Father of CSR designation“. Davis (1960, S. 74) unterschied zwei Arten der sozialen Verantwortung: zum einen die sozioökonomische zur Sicherung des wirtschaftlichen Wohls, zum anderen die humanitäre Verantwortung, um menschliche Werte zu entwickeln und zu erhalten. Im Buch von McGuire (1963, S. 144) wurde Social Responsibility wie folgt beschrieben: „The idea of social responsibilities supposes that the corporation has not only economic and legal obligations, but also certain responsibilities to society which extend beyond these obligations“. Sowohl Davis (1960) als auch McGuire (1963) zeigten, dass das Konzept soziale Verantwortlichkeiten umfasste, die über die Gewinnerzielung und Einhaltung von Gesetzen hinausging.

Obwohl im Laufe der Zeit CSR-Initiativen umgesetzt wurden, waren die 1960er Jahre stärker durch den wissenschaftlichen Diskurs als durch sozialen Fortschritt in der Praxis gekennzeichnet (Carroll, 1999, 2015). Zu der Zeit wurde im Forschungsfeld jedoch noch nicht

diskutiert, ob soziales Unternehmer*innen-Handeln auch profitabel wäre (Carroll & Shabana, 2010, S. 87; Lee, 2008). Anstatt soziale und ökonomische Ziele zu verknüpfen, breiteten sich im Diskurs Stimmen aus, welche die soziale Verantwortung von Unternehmer*innen ablehnten (Friedman, 1962). Da solche konträren Sichtweisen jedoch als inkommensurable Paradigmen angesehen wurden, ohne den Diskurs zwischen den Perspektiven zu führen, wurde kaum theoretischer Fortschritt generiert (Lee, 2008).

Auch in den 1970er Jahren wurde das CSR-Verständnis durch soziale Bewegungen, Gesetze sowie der Gründung von föderalen Institutionen in den USA geprägt, durch die gesellschaftliche und politische Erwartungen gegenüber Unternehmen formalisiert wurden (Carroll, 2015; Latapí Agudelo, 2019). Damit einhergehend stieg der Anteil an CSR-Definitionen weiter¹¹ (Carroll, 1999, 2008; Carroll & Shabana, 2010, S. 87), woraus allerdings keine definitorische Klarheit resultierte.

Zusätzlich wurden zunehmend weitere Konstrukte untersucht. Dazu gehörten vor allem die Konzepte Corporate Social Responsiveness und Corporate Social Performance (CSP) (Carroll, 1999, 2008, 2015, 2021; Carroll & Shabana, 2010, S. 87). Sethi (1975) und Carroll (1979) nahmen Konstrukt-Abgrenzungen vor. Die Betonung des Performance-Begriffs verdeutlichte die Relevanz der Erzielung sozialer und ökonomischer Ergebnisse. Dies wird im Beitrag von Carroll und Brown (2018, S. 44 – Herv.i.O.) rückblickend wie folgt zusammengefasst:

„The emphasis on the ‘performance’ aspect of CSR was intended to suggest that what really matters is a combination of what companies believe they owe society, their responsiveness to these obligations, but especially the *results* they are able to achieve in a performance sense“.

Carroll (1979) entwickelte ein CSP-Modell und integrierte darin die Konzepte CSR, Social Issues und Social Responsiveness. Während Carroll (1979) mit CSR die Frage der Reichweite der Verantwortung von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft beschrieb, wurden mit Social Issues Themenfelder spezifiziert, gegenüber denen Unternehmer*innen verantwortlich wären. Corporate Social Responsiveness umfasste „the action phase of management responding in the social sphere“ (Carroll, 1979, S. 502). Deutlich wird ebenfalls, dass Carroll (1979) zwischen einer ökonomischen, einer gesetzlichen, einer ethischen und einer diskretionären CSR-Dimension unterschied. Mit der ökonomischen Dimension beschrieb er, dass Unternehmer*innen dafür verantwortlich wären, Güter und Dienstleistungen herzustellen und wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen. Nach der gesetzlichen Dimension müssten Gesetze und Vorschriften im Rahmen des unternehmerischen Handelns beachten werden. Gemäß der

¹¹ Eine detaillierte Analyse verschiedener Konstrukt-Definitionen geht aus Dahlsrud (2008) sowie Homer & Gill (2022) hervor.

ethischen Dimension wären Unternehmer*innen verantwortlich, die in der Gesellschaft herrschenden ethischen Normen einzuhalten. Mit der diskretionären Dimension beschrieb Carroll (1979) soziale Verhaltensweisen, die freiwillig von Unternehmer*innen ohne gesetzliche Vorgaben durchgeführt würden. Der Zweck dieses Modells bestand darin, die in der Literatur entstanden Definitionsstränge zu ordnen und zu integrieren. In diesem Kontext wurden ökonomische und soziale Ziele und Ergebnisse nicht mehr als unvereinbare Zielkonflikte dargestellt (Lee, 2008). Der Beitrag von Carroll (1979) kann verstanden werden als eine Reaktion auf aufkommende Stimmen, welche das Fehlen eines einheitlichen theoretischen Paradigmas kritisierten (Lee, 2008) – auch wenn Forschende sich gemäß Wenzel und Will (2019) zu dem Zeitpunkt noch nicht darauf fokussierten, die Grenzen des Diskurses als eigenständiges Forschungsgebiet abzustecken. „[S]cholars did not concentrate on setting and defining the boundaries of CSR as a novel field of research. Instead, they focused on contributing to a broader scholarly debate on the management of ‘firm[s]’ and linked ‘CSR’ with it“ (Wenzel & Will, 2019, S. 525 f.).

In den 1980er Jahren wurde CSR im Beitrag von Jones (1980) erstmalig als ein Prozess definiert. Dieser Aufsatz bildete den Auftakt einer Dekade, in der Forscher*innen vor allem das Ziel verfolgten, das CSR-Konstrukt zu operationalisieren (Latapí Agudelo et al., 2019). Damit einhergehend wurde das Jahrzehnt geprägt durch konzeptionelle Weiterentwicklungen des CSP-Modells nach Carroll (1979) (z.B. Strand, 1983; Wartick & Cochran 1985). Wartick und Cochran (1985, S. S. 758 – Herv.i.O.) definierten CSP wie folgt: „[T]he CSP model reflects an underlying interaction among the *principles* of social responsibility, the *process* of social responsiveness, and the *policies* developed to address social issues“. Insgesamt entwickelte sich CSP in den 1980ern als führendes Konzept, welches das CSR-Konstrukt umfasste (Carroll, 1999, 2008).

Daneben kamen weitere Konzepte auf wie Business Ethics und Stakeholder Management (Carroll, 1999, 2015, 2021; Carroll & Brown, 2018; Carroll & Shabana, 2010, S. 88). Forscher*innen integrierten diese Konstrukte in weiteren Modellen. Beispielsweise bündelte Epstein (1987, S. 106) die Konzepte CSR, Corporate Social Responsiveness sowie Business Ethics im Rahmen des sogenannten „Corporate Social Policy Process“-Modells.

Im Zusammenhang mit der Entwicklung integrativer Modelle und der damit einhergehenden Harmonisierung ökonomischer und sozialer Ziele rückte die Frage in den Fokus, ob sozial verantwortliche Unternehmen auch profitabel wären (Carroll, 1999, 2008, 2021; Carroll & Shabana, 2010, S. 88; Rupp et al., 2024). Somit entwickelten Forscher*innen ein instrumentelles CSR-Verständnis (Wenzel & Will, 2019). Cochran und Wood (1984) sowie Aupperle et

al. (1985) gehörten zu den ersten Forschenden, die den Zusammenhang zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen untersuchten.

In den 1990ern wurde der Diskurs noch vielfältiger (Wenzel & Will, 2019). Neben dem Aufkommen und der Verbreitung der Konzepte Corporate Citizenship und Sustainability (Carroll, 2015) wurde aufbauend auf den Beiträgen von Carroll (1979) und Wartick und Cochran (1985) ein noch umfassenderes CSP-Modell von Wood im Jahre 1991 entwickelt. Außerdem überarbeitete Carroll (1991) die CSR-Dimensionierung und stellte die Verknüpfung zu den Konzepten Corporate Citizenship und Stakeholder Management her. Die Erneuerung bezog sich auf die Umbenennung der diskretionären in die philanthropische Dimension, nach der Unternehmer*innen als „good corporate citizens“ handeln sollten (Carroll, 1991, S. 42). Zudem kritisierte Carroll (1991), dass durch den Terminus *social* offenbliebe, gegenüber welchen Personengruppen Unternehmen verantwortlich wären. Gemäß dem Forscher könnte dies durch die Integration des Stakeholder-Konzepts konkretisiert werden. Durch die zunehmende Institutionalisierung und Stakeholder-Orientierung wurden Praktiken zur Förderung des Wohlergehens von Mitarbeitenden, Kund*innen, Regierungen und weiteren Gruppen formalisiert und in Geschäftspraktiken integriert. Neben der anwachsenden Institutionalisierung und Globalisierung entwickelte sich die strategisch ausgerichtete Forschung zum Business Case weiter (Carroll, 2015). Diesbezüglich zeigten Burke und Logsdon (1996) fünf Dimensionen zur strategischen CSR-Implementierung auf, aus der ökonomische Vorteile für Unternehmen resultieren könnten.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts etablierte sich der CSR-Diskurs als eigenständiges Forschungsfeld (Wenzel & Will, 2019). Auf der konzeptionellen Ebene wurden die CSR-Dimensionen nach Carroll (1979, 1991) erneut überarbeitet (Carroll, 2008; Schwartz & Carroll, 2003). In der Weiterentwicklung unterschieden Schwartz und Carroll (2003) zwischen einer ökonomischen, gesetzlichen und einer ethischen Dimension.

Latapí Agudelo et al. (2019) und Carroll (2021) zeigen rückblickend, dass aufbauend auf Burke und Logsdon (1996) zunehmend Artikel der strategischen Ausrichtung der CSR-Forschung publiziert wurden (z.B. Husted & Allen, 2007; Porter & Kramer, 2006; Werther & Chandler, 2005). Darin wurde die strategische CSR-Integration nicht nur als Erfordernis (Werther & Chandler, 2005), sondern auch als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile aufgefasst (Porter & Kramer, 2006).

Zudem wurde im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts eine politische CSR-Konzeption entwickelt, nach der Organisationen als politische Akteure fungieren (Scherer & Palazzo, 2007). Vor dem Hintergrund zunehmender international vergleichender CSR-Analysen

(Carroll, 2021) zeigten Matten und Moon (2008) in einem konzeptionellen Modell, dass sich CSR-Aspekte in verschiedenen Länderkontexten unterscheiden. Neben den konzeptionellen Entwicklungen, vor allem auch zu politischen Konzeptionen (Scherer & Palazzo, 2007), stieg der Anteil empirischer Artikel im Vergleich zu konzeptionellen Beiträgen Anfang des 21. Jahrhunderts weiter an (Carroll, 2008, 2021). Darin wurden verstärkt einzelne Konstrukt-Dimensionen fokussiert. Außerdem gewannen Studien an Bedeutung, in denen Motive verschiedener Stakeholder auf verschiedenen Ebenen als Treiber der CSR-Implementierung untersucht wurden (Aguilera et al., 2007). Insgesamt zeichnete sich die CSR-Forschung zu dieser Zeit durch eine Diversifizierung angewandter Theorien aus (Rupp et al., 2024).

Das Bestreben von Forscher*innen, sich auf ein allgemeingültiges Paradigma festzulegen, wurde im 21. Jahrhundert kaum noch verfolgt (Gond et al., 2023). Stattdessen charakterisierten Wissenschaftler*innen den etablierten CSR-Diskurs als „low-paradigm field“ (Wood & Logsdon, 2019, S. 19). „[L]ow-paradigm fields have a wide diversity of concepts, theories, and research methods“ (Wood & Logsdon 2019, S. 3). Gemäß Wenzel und Will (2019, S. 530) konvergierte der CSR-Diskurs jedoch in der Hinsicht, dass sich Wissenschaftler*innen darauf einigten, uneinig zu sein.

Seit 2010 prägt vor allem das Konzept Creating Shared Value (Porter & Kramer, 2011) die strategische CSR-Forschung (Carroll, 2021; Latapí Agudelo et al., 2019). Dieses Konzept umfasst Praktiken, welche die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen erhöhen, während gleichzeitig gesellschaftliche Gegebenheiten verbessert werden (Porter & Kramer, 2011). Demnach steht die Optimierung der Wertschöpfung für die Gesellschaft und für Unternehmen im Fokus (Chandler, 2016). Die Idee der gemeinsamen Wertschöpfung prägt die derzeitige CSR-Forschung.

Schließlich wird deutlich, dass die Publikationszahl stark angestiegen ist (Latapí Agudelo et al., 2019). Neben dem Einfluss der strategischen CSR-Forschung ist die letzte Dekade vor allem geprägt durch Publikationen, in denen Auswirkungen von CSR-Maßnahmen auf der Mikroebene analysiert werden (Rupp et al., 2024). Darin stehen vor allem Stakeholder-Gruppen im Fokus, welche wiederum die ökonomischen Ziele von Unternehmen beeinflussen. Trotz der jahrzehntelangen Entwicklungsgeschichte der CSR-Forschung bleiben jedoch vor allem marginalisierte Stakeholder-Gruppen, welche die eigentlichen Nutznießer von CSR-Maßnahmen sein sollten, bislang unberücksichtigt. „[M]any social actors or recipients are mainly absent from CSR literature“ (Rupp et al., 2024, S. 12).

2.1.2 Verwandte Konzepte im Forschungsfeld

Die explorative Analyse der Forschungsfeldentwicklung zeigt, dass verschiedene Konzepte die Forschung prägen. Im folgenden Kapitel nehme ich eine konzeptionelle Abgrenzung verwandter Konzepte vor. Hierbei handelt es sich ebenfalls um eine Synthese der Erkenntnisse vorheriger Analysen zur Abgrenzung verwandter Konzepte im CSR-Forschungsfeld (Bassen et al., 2005; Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018; Dentchev, 2009; Schwartz & Carroll, 2008).

Neben der anfänglichen Differenzierung zwischen CSR, Social Issues, Corporate Social Responsiveness und CSP ab den 1970er Jahren prägen vor allem die Konzepte Stakeholder Management, Business Ethics, Sustainability und Corporate Citizenship die Forschung (Carroll, 2015). Creating Shared Value ist das Konzept, welches seit der letzten Dekade im Fokus steht (Carroll, 2015; Latapí Agudelo et al., 2019). Diese genannten Konzepte grenze ich aufgrund ihrer Bedeutung in Forschung und Praxis im Folgenden von CSR ab.

Während aus dem Beitrag von Dahlsrud (2008) 37 verschiedene CSR-Definitionen hervorgehen, unterscheiden Homer und Gill (2022) 14 Jahre später bereits 144 verschiedene Definitionen. In Anlehnung an Carroll und Brown (2018) beschreibe ich im Folgenden die einzelnen Bestandteile des CSR-Begriffs. Der Term „*Corporate*“ umfasst nicht nur „business organizations“, sondern alle großen, mittelgroßen und kleinen Organisationen (Carroll & Brown, 2018, S. 42). Auch ich gehe davon aus, dass sich das CSR-Konzept unabhängig von der Größe und der Organisationsform auf alle Organisationen¹² bezieht und somit auch Nonprofitorganisationen inkludiert. Die *soziale* Komponente beschreibt, dass Organisationen für die Wohlfahrt von Stakeholdern verantwortlich seien. Dies inkludiert die Verantwortung gegenüber Tieren und Pflanzen und bezieht die ökologische Umwelt mit ein (Carroll & Brown, 2018, S. 42 f.). „*Responsibility* refers to businesses being held accountable for what is subject to their power, control, or management“ (Carroll & Brown, 2018, S. 43 – Herv.i.O.). CSR ist ein normatives Konzept (Dentchev, 2009), welches gemäß Schwartz und Carroll (2003) eine ökonomische, eine legale sowie eine ethische Dimension aufweist. Die CSR-Definition der Europäischen Kommission aus dem Jahre 2011 zeigt, dass das Konzept nach dem aktuellen Verständnis auch die ökologische Verantwortung inkludiert (Loew & Rohde, 2013, S. 19). Demnach lässt sich CSR verstehen „als ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätig-

¹² In meiner Arbeit verwende ich die Begriffe „Unternehmen“ und „Organisationen“ weitgehend als Synonyme. Eine Ausnahme ist die Begriffsverwendung in den Abschnitten 4.3.3 und in 4.3.8, da ich darin den Einfluss von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen als Stakeholder-Gruppen analysiere (s. 4.3.3) sowie CSR-Aspekte in ausgewählten Organisationsformen betrachte (s. 4.3.8).

keit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“ (Europäische Kommission, 2011, S. 4). Deshalb wird die soziale Verantwortung von Organisationen auch als Corporate Responsibility (CR) bezeichnet. Dies resultiert daraus, dass der Term Corporate *Social* Responsibility eine Fokussierung der sozialen Dimension ausdrücken und somit eine Unterbewertung der ökonomischen sowie der ökologischen Verantwortung suggerieren könnte (van Marrewijk, 2003, S. 102). Trotz der verschiedenen Bezeichnungen gibt es gemäß dem europäischen Verständnis keinen Unterschied zwischen CSR und CR (Loew & Rohde, 2013, S. 19).

Social Issues beschreiben gesellschaftliche Probleme, welche die sozialen Agenden von Organisationen prägen (z.B. Dentchev, 2009; Mahon & Waddock, 1992). Wie ich bereits im vorherigen Abschnitt 2.1.1 zeige, werden Social Issues im CSP-Modell von Carroll (1979, S. 501) als Themenfelder verstanden, auf die sich CSR-Initiativen beziehen. Diese lassen sich nicht allumfassend auflisten, sondern verändern sich und sind kontext- und branchenabhängig.

Das Konzept Corporate Social Responsiveness beschreibt die Strategie, mit der in Organisationen CSR-Maßnahmen umgesetzt werden. Abgrenzend zu CSR geht es nicht um die moralische Frage, ob und wofür Organisationen sozial verantwortlich seien. Stattdessen steht das Handeln von Unternehmer*innen in der CSR-Umsetzung im Fokus (Carroll, 1979, S. 501). Mit dem Konzept werden Prozesse beschrieben, mit denen CSR-Maßnahmen gemanagt werden. Dies umfasst Prozesse des Stakeholder- und des Issues Managements (Wood, 1991, S. 703). Aus vielen integrativen Modellen wird deutlich, dass Corporate Social Responsiveness ein komplementäres Konzept darstellt, welches die Umsetzung von CSR-Maßnahmen beschreibt (z.B. Carroll, 1979; Wartick & Cochran, 1985; Wood, 1991). Während Dentchev (2009) CSR als ein normatives Konzept charakterisiert, handelt es sich bei Corporate Social Responsiveness um einen instrumentellen Managementansatz.

CSP wird häufig als Synonym für CSR und Corporate Social Responsiveness verwendet (Wartick & Cochran, 1985). Durch die Konzeption von CSP-Modellen wird eine Abgrenzung ersichtlich und es wird deutlich, dass CSP die Konstrukte CSR sowie Corporate Social Responsiveness inkludiert. Dies verdeutlicht das folgende Zitat: „[T]he term corporate social performance (CSP) has emerged as an inclusive and global concept to embrace corporate social responsibility, responsiveness, and the entire spectrum of socially beneficial activities of businesses“ (Carroll, 1991, S. 40). Neben CSR und Corporate Social Responsiveness umfasst CSP Ergebnisgrößen. Diese „social outcomes“ werden im Beitrag von Wood (1991, S. 708) wie folgt definiert: „[O]utcomes are divided into three types: the social impacts of

corporate behavior [...]; the programs companies use to implement responsibility [...]; and the policies developed by companies to handle social issues and stakeholder interests“. Im Vergleich zur moralischen Verpflichtung, sozial verantwortlich zu handeln (CSR), und den Prozessen (Corporate Social Responsiveness) zum Managen von Stakeholder-Interessen sowie zur Lösung sozialer Probleme (Social Issues), sind „social outcomes“ direkt sichtbar (Wood, 1991, S. 711). Insgesamt handelt es sich bei CSP – wie bei CSR – um ein normatives Konzept. Dies begründet sich durch den Anspruch, dass Organisationen nicht nur ökonomische, sondern ebenfalls auch soziale Leistungen maximieren sollten (Dentchev, 2009).

Das Konzept Stakeholder Management wurde vor allem in den 1980er Jahren entwickelt und durch Freeman (1984) geprägt (Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018). Deutlich wird, dass es sich um einen Managementansatz handelt, in dem abgrenzend zum neoklassischem Shareholderansatz (Friedman, 1962, 1970) ebenfalls die Interessen von Stakeholdern berücksichtigt werden (Freeman, 1984). Die Forschung ist nicht nur geprägt durch unterschiedliche wissenschaftstheoretische Auffassungen (Donaldson & Preston, 1995; Scherer & Patzer, 2011), sondern auch durch eine Vielzahl verschiedener Stakeholder-Definitionen (Mitchell et al., 1997; Schwartz & Carroll, 2008). Beispielsweise können Stakeholder definiert werden als „any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives“ (Freeman, 1984, S. 46). Es gibt eine Vielzahl an Anspruchsgruppen, die im Hinblick auf Unternehmensentscheidungen verschiedene Interessen verfolgen (Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018). Durch den Managementansatz wird spezifiziert, gegenüber welchen Anspruchsgruppen Organisationen soziale Verantwortung tragen (Carroll, 1991; Donaldson & Preston, 1995; Freeman, 1984). Insgesamt handelt es sich um ein Konzept zur Konkretisierung von Allokationsfragen in Prozessen der Umsetzung von CSR-Praktiken (Dunfee, 2008). Aus dem Artikel von De George (1987) über die Entstehung und Entwicklung der Forschung zu Business Ethics wird deutlich, dass sich das akademische Feld ebenfalls in den 1980er Jahren etablierte. Aufkommende Unternehmensskandale trieben in dem Jahrzehnt die Entwicklung voran (Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018; De George, 1987; Schwartz & Carroll, 2008). Im Hinblick auf die Abgrenzung zu CSR geht aus dem Artikel von De George (1987) hervor, dass das Business-Ethics-Forschungsfeld CSR-Publikationen umfasse. Dies wird durch spätere bibliometrische Studien bestätigt, in denen CSR-Aspekte als Themengebiete der Business-Ethics-Forschung identifiziert werden (Calabretta et al., 2011; Ma, 2009; Ma et al., 2012). Andere Forscher*innen fassen dies jedoch gegenteilig als Teilaspekt der CSR-Forschung auf (Carroll & Brown, 2018). Ein solches Beispiel ist das CSR-Verständnis nach Carroll (1979), nach dem ethisches Unternehmer*innen-Handeln eine Facette der

sozialen Verantwortung von Organisationen darstelle. Ein weiteres Beispiel ist die paradigmatische Klassifizierung der CSR-Forschung von Scherer und Palazzo (2007, S. 1113), in der Business-Ethics-Ansätze in der „Nonpositivist CSR“-Denkschule verortet sind.

Während die Konzepte aber auch als Synonyme definiert werden (Joyner & Payne, 2002), heben andere Autor*innen Unterschiede hervor. „One distinction that has been made is that the term CSR refers to *corporate or business* level actions whereas business ethics pertains more to *individual* behavior and actions within the business organization framework“ (Carroll & Brown, 2018, S. 49 – Herv.i.O.). Folglich wird die soziale Verantwortung von *Individuen* im Organisationskontext hauptsächlich im Rahmen der Business-Ethics-Forschung analysiert (Schwartz & Carroll, 2008), auch wenn sich vor allem anfängliche CSR-Konzeptionen ebenfalls auf die soziale Verantwortung von Unternehmer*innen bezogen (s. Ausführungen zu Businessmen’s Social Responsibility in Abschnitt 2.1.1). In Business-Ethics-Ansätzen, die hauptsächlich auf vertragstheoretischen und philosophischen Theorien basieren (Bowie, 1999; Donaldson & Dunfee, 1994; Solomon, 1992), steht vor allem die moralische Reflektion unternehmerischen Handelns im Fokus (Epstein, 1987). Abgrenzend zum CSR-Konstrukt, welches die soziale Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft beschreibt, werden in Business-Ethics-Ansätzen Regeln und Hypernormen analysiert, aus denen sich Implikationen für ein sozial verantwortliches Unternehmer*innen-Handeln ableiten lassen (Dentchev, 2009).

Die Entstehung der Corporate-Sustainability-Forschung geht zurück auf das Konzept Sustainable Development, welches im Brundtland-Bericht von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (1987, S. 37) definiert wurde. Nachhaltige Entwicklung bedeutet demnach, dass die Bedürfnisse gegenwärtiger Generationen erfüllt werden, ohne die Bedürfnisse künftiger Generationen zu gefährden. Dies geht mit den Zielen einher, soziale Ungleichheiten zu verringern, Wohlstand zu erhalten und die ökologische Umwelt zu schützen. Es handelt sich um ein normatives Konzept mit Fokus auf die Funktionsweisen von Wirtschaftssystemen auf Makro-Ebene. Aus den Zielen der nachhaltigen Entwicklung ergeben sich organisationale Konsequenzen, die im Rahmen der Corporate-Sustainability-Forschung seit den 1990er Jahren untersucht werden (Dentchev, 2009).

Die Vielzahl der Definitionen des Konzepts unterscheiden sich unter anderem in der Anzahl der Dimensionen (Montiel, 2008; Montiel & Delgado-Ceballos, 2014). Während zunächst lediglich die ökologische Dimension unter dem Begriff Corporate Environmental Sustainability analysiert wurde, nahmen Wissenschaftler*innen später an, dass Corporate Sustainability aus einer ökonomischen, ökologischen sowie einer sozialen Dimension bestünde (Carroll, 2015; Montiel, 2008; Montiel & Delgado-Ceballos, 2014). Daran anknüpfend wurde der

Triple-Bottom-Line-Ansatz Ende der 1990er Jahre von Elkington (1999) geprägt. Darin wird postuliert, dass für eine nachhaltige Entwicklung sowohl ökonomische, als auch soziale sowie ökologische Ziele erfüllt sein müssen. Auch wenn sowohl CSR als auch Corporate-Sustainability-Konzeptionen die ökonomische, ökologische sowie soziale Dimension umfassen, unterscheiden sich die Konzepte in dem Verhältnis der Dimensionen zueinander. Während Forscher*innen CSR-Dimensionen als unabhängige Facetten betrachten, werden Corporate-Sustainability-Dimensionen als verbundene Systeme definiert (Montiel, 2008). Eine nachhaltige Entwicklung lässt sich somit nur realisieren, sofern Ziele im Hinblick auf alle drei Dimensionen erfüllt sind (Bansal, 2005). Zusätzlich lassen sich die Konzepte auch hinsichtlich der Bezugsgruppe unterscheiden, auf die sich die Verantwortung von Organisationen bezieht. Während mit dem CSR-Konzept die soziale Verantwortung gegenüber Stakeholdern beschrieben wird, umfasst Corporate Sustainability die Verantwortung von Organisationen gegenüber allen Menschen dieser und auch kommender Generationen (Bassen et al., 2005).

Corporate Citizenship entstand ursprünglich in der Unternehmenspraxis und wird insbesondere seit den 1990er Jahren erforscht. Mit dem Konzept wird das gesellschaftliche Engagement von Organisationen beschrieben (Bassen et al., 2005). Unterscheiden lassen sich eng- und weit gefasste Begriffsverständnisse (Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018). In einer eng gefassten Konzeptionierung entspricht Corporate Citizenship der philanthropischen CSR-Dimension nach Carroll (1991). Demnach wird von Organisationen erwartet, dass diese wie gute Bürger*innen einen Beitrag zum Gesellschaftswohl leisten (Bassen et al., 2005; Crane & Matten, 2004). In einer breit gefassteren Auslegung werden Corporate Citizenship und CSR als Synonyme aufgefasst (Carroll, 2015; Carroll & Brown, 2018; Matten & Crane, 2005). Beispielsweise wird Corporate Citizenship im Beitrag von Carroll (1998, S. 1) in gleicher Weise definiert, wie CSR zuvor in einem anderen Artikel von Carroll konzeptualisiert wurde (1991, S. 40). In wiederum anderen Beiträgen wird Corporate Citizenship mit CSP gleichgesetzt (Dawkins, 2002), auch wenn nicht wie in CSP-Modellen zwischen moralischen Prinzipien, zu lösenden Problemen und sozialen Handlungen differenziert wird (Dentchev, 2009). Vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung entstand das Konzept Global Corporate Citizenship (Logsdon & Wood, 2002; Wood et al., 2006), welches mit global CSR gleichgesetzt wird (Carroll & Brown, 2018). Demnach handeln Organisationen als globale Akteur*innen so, dass Rechte und Pflichten gegenüber Stakeholdern über nationale und kulturelle Grenzen hinweg wahrgenommen werden (Wood et al., 2006).

Trotz dessen, dass CSR und Corporate Citizenship häufig als Synonyme aufgefasst werden, stellen Forscher*innen auch Unterschiede heraus. Abgrenzend zur philanthropischen CSR-

Dimension wird in Corporate-Citizenship-Konzeptionen der strategische Nutzen für Organisationen stärker hervorgehoben (Matten & Crane, 2005). Ein weiterer Unterschied ist, dass CSR in der Vergangenheit umfassend definiert wurde. Im Gegensatz dazu bleibt die Bedeutung von Corporate Citizenship vage (Carroll, 2015).

Creating Shared Value ist eines der aktuellsten Konzepte, welches den derzeitigen CSR-Diskurs prägt (Carroll, 2015). Im Fokus steht die Optimierung der Wertschöpfung für Organisationen und für die Gesellschaft (Chandler, 2016). Gemäß Porter und Kramer (2011) müsste der Unternehmenszweck neu definiert werden und darin bestehen, gemeinsamen Wert zu schaffen. Dies bedingt, dass soziale Probleme als Geschäftsmöglichkeiten identifiziert und innovative Unternehmenslösungen entwickelt werden. Abgrenzend zum CSR-Konzept, welches auf moralischen Prinzipien basiert, geht es vor allem darum, aus sozialen Belangen neue Märkte zu erschließen. Das Konzept beschreibt folglich eine stärkere Verknüpfung sozialer und strategischer Ziele (Carroll & Brown, 2018). Das Aufkommen des Konzepts diskutiert Carroll (2015, S. 95) wie folgt:

„The idea of Creating Shared Value (CSV) is one of the most recent terms being used to update CSR discussions, but it has not been around long enough to know whether it will stick. [...] Certainly, the idea of creating shared value is an integral part of modern day CSR, but whether a new term is needed for this phenomenon will ultimately be up to businesses, as they are where the rubber hits the road“.

Weitere neuere Konzepte, wie Conscious Capitalism und Purpose-Driven Businesses, deuten ebenfalls darauf hin, dass Organisationen einen höheren sozialen Unternehmenszweck erfüllen sollten, der über die ökonomische Gewinnmaximierung hinausgehe (Carroll, 2021). In Anlehnung an Carroll und Brown (2018) wird allerdings deutlich, dass die darin enthaltenden Aspekte bereits im Rahmen von CSR-Konzeptualisierungen berücksichtigt werden. Der Gedanke, dass Organisationen einen höheren sozialen Unternehmenszweck erfüllen sollten, ist Bestandteil der Forschung zu allen genannten Konzepten.

Insgesamt wird deutlich, dass verwandte Konstrukte mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede aufweisen (Carroll, 2021). In Anlehnung an Schwartz und Carroll (2008) geht es in vielen Konzeptionen zusammenfassend darum, die Wohlfahrt der Gesellschaft zu verbessern, verschiedene Stakeholder-Interessen auszubalancieren und rechenschaftspflichtig zu sein. Wie Carroll (2015) schlussfolgert, handelt es sich bei CSR um die weitverbreitetste Form des bewussten Kapitalismus, dessen Relevanz mit wachsender Weltwirtschaft steigen wird. Auch wenn weiterhin über die Bezeichnung debattiert wird, hat sich der Begriff CSR als übergeordnetes Konzept durchgesetzt (Carroll, 2015; Latapí Agudelo et al., 2019).

2.1.3 Klassifizierung des CSR-Forschungsfeldes

Das heterogene CSR-Forschungsfeld umfasst zahlreiche Literaturanalysen. Gond et al. (2023) zeigen eine systematische Übersicht von Reviews, die zwischen 1975 und 2019 publiziert wurden und analysieren, wie diese den CSR-Diskurs konstituieren. Aus der Gegenüberstellung gehen verschiedene Kriterien hervor, nach denen die Literatur klassifiziert wird (Frerichs & Teichert, 2023; Gond et al., 2023). Neben Differenzierungen verschiedener Konstrukt-Dimensionen (z.B. Carroll, 1979) und Zeitperioden (z.B. Carroll, 1999, 2008; Husted, 2015; Rupp et al., 2024; Wenzel & Will, 2019) umfassen diese auch paradigmatische Kategorisierungen (z.B. Gond & Matten, 2007). In Anlehnung an Frerichs und Teichert (2023) zeigt Tabelle 2 entsprechende Klassifizierungen im Überblick. Abgrenzend zur systematischen Vorgehensweise von Gond et al. (2023) sind Reviews und Studien darin exemplarisch ausgewählt. Fokussiert werden bestimmte Klassifizierungskriterien, die für meine Analyseschritte relevant sind. Hierbei handelt es sich um epistemologische und paradigmatische Kategorisierungen. Außerdem umfasst die Tabelle 2 Reviews und Studien, in denen Forscher*innen mittels bibliometrischer Methoden die Literatur in verschiedene Themen und Denkschulen klassifizieren und in denen die Anwendung von Theorien im Forschungsfeld untersucht werden.

Unterschieden wird zwischen ökonomischen und ethischen Ansätzen (Swanson, 1995; Windsor, 2006). Gemäß der ethischen Perspektive bestehen unternehmerische Pflichten darin, auf Basis moralischer Maxime das Gemeinwohl zu steigern. Nach der ökonomischen Auslegung liegt die unternehmerische Verantwortung hingegen in der Steigerung des Marktwohls.

In Anlehnung an Donaldsons und Prestons (1995) Analyse der Stakeholder-Theorie wird ebenfalls zwischen deskriptiven, normativen und instrumentellen Perspektiven differenziert (Swanson, 1999; Wood & Logsdon, 2019). Während in deskriptiven Ansätzen das unternehmerische Handeln wertfrei beschrieben wird, postulieren Autor*innen normativer Studien, wie Unternehmer*innen handeln sollten. Vor dem Hintergrund der Frage, wie organisationale Ziele erreicht werden können, werden in instrumentellen Ansätzen Hypothesen aufgestellt und Zusammenhänge gemessen.

Unter der Annahme der Differenzierbarkeit sich gegenseitig ausschließender Perspektiven identifizieren Gond und Matten (2007) auf Basis des Landkarten-Modells von Burrell und Morgan (1979) inkommensurable Paradigmen im CSR-Forschungsfeld. Daraus resultieren vier unterschiedliche CSR-Konzeptionen, von denen die funktionalistische im Forschungsfeld überwiegt. Scherer und Palazzo (2007) unterscheiden ebenfalls verschiedene Paradigmen und differenzieren zwischen positivistischen und postpositivistischen Denkschulen. Positivistische

Tabelle 2 Klassifizierungen des CSR-Forschungsfeldes

Publication	Concept	Type of Review	Categorization type	Category (1)	Category (2)	Category (3)	Category (4)	Category (5)	Category (6)	Category (7)
Preston (1975)	Corporation and Society	Conceptual Study	Groups of contributors and contribution	Institutionals	Organizontals	Philosophicals				
Swanson (1995)	CSP	Conceptual Study	Theoretical Perspectives	Economic Perspective	Duty-aligned Perspective					
Swanson (1999)	CSP	Conceptual Study	Theoretical Perspectives	Descriptive Perspective	Normative Perspective					
Garriga & Melé (2004)	CSP	Conceptual Study	Theoretical Groups	Instrumental Theories	Political Theories	Integrative Theories	Ethical Theories			
De Bakker et al. (2005)	Business and Society	Bibliometric Study	Epistemological Orientation	Descriptive	Conceptual	Exploratory	Predictive	Instrumental	Normative	
Lockett et al. 2006	CSR	Bibliometric Study	Thematic	Business Ethics	Environmental Responsibility	Social Responsibility	Stakeholder Approaches			
Windsor (2006)	CSR	Conceptual Study	Theoretical Perspectives	Ethical Perspective	Economic Perspective	Corporate Citizenship				
Secchi (2007)	CSR	Conceptual Study	Theoretical Groups	Utilitarian Theories	Managerial Theories	Relational Theories				
Gond & Matten (2007)	CSR	Normative Study	Paradigms	CSR as a Social Function	CSR as a Cultural Product	CSR as a Socio-Cognitive Construction	CSR as a Power Relationship			
Scherer & Palazzo (2007)	CSR	Normative Study	Paradigms/ Political View	Positivist CSR	Non-Positivist CSR	Postmodern CSR	Habermas 1 CSR	Habermas 2 CSR		
Dentchev (2009)	Business and Society	Conceptual Study	Theoretical Perspectives	Descriptive Perspective	Normative Perspective	Instrumental Perspective				
Scherer & Palazzo (2011)	Political CSR	Normative Study	Theoretical Perspectives	Instrumental CSR	Political CSR					
Frynas & Stephens (2015)	Political CSR	Content Analysis	Theories Applied	Stakeholder Theory	Institutional Theory	Legitimacy Theory	Resource-based-View	Social Contract Theory	Rawlsian	Habermasian

Publication	Concept	Type of Review	Categorization type	Category (1)	Category (2)	Category (3)	Category (4)	Category (5)	Category (6)	Category (7)
Frynas & Yamahaki (2016)	CSR	Content Analysis	Theories Applied	Stakeholder Theory	Institutional Theory	Legitimacy Theory	Resource-based-View	Agency Theory	Resource Dependence Theory	
Wenzel & Will (2019)	CSR	Discourse Analysis	Communicative Practices of CSR Researchers	Embedding Practices	Diverging Practices	Converging Practices				
Wood & Logsdon (2019)	Social Issues	Conceptual Study	Theoretical Perspectives	Descriptive Perspective	Instrumental Perspective	Normative Perspective				
Ji et al. (2022)	CSR	Bibliometric Study	Theories Applied	Stakeholder Theory	Attribution Theory	Legitimacy Theory	Framing Theory	Dialogic Theory	Critical Theory	Cognitive Dissonance Theory
Nyabakora & Mohabir (2024)	CSR	Bibliometric Study	Thematic	CSR	Corporate Culture	Business Performance	Stakeholder Analysis	Consumer Behaviour	Multi-national Corporations	Partnerships with NGOs etc.

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Frerichs & Teichert, 2023, S. 234)

Forschung basiert auf einem Paradigma, „that tries to uncover correlations and causal relationships in the social world by using the empirical methods of (natural) science“ (Scherer & Palazzo, 2007, S. 1096). Scherer und Palazzo (2007) kritisieren die fehlende normative Fundierung des positivistischen Paradigmas. Davon lassen sich postpositivistische Denkschulen abgrenzen. Diese umfassen eine politische CSR-Konzeptualisierung „based on the Habermasian concept of deliberative democracy“ (Scherer & Palazzo, 2007, S. 1098).

Ausgehend von Preston (1975) werden in vielen Reviews außerdem verschiedene Theorien klassifiziert. Garriga und Melé (2004) unterscheiden zwischen instrumentellen, politischen, integrativen und ethischen Theorien. Die Differenzierung orientiert sich an verschiedenen Konzeptionen der Beziehung zwischen Unternehmen und der Gesellschaft im Hinblick auf die Verteilung der sozialen Verantwortung. In der Studie geht es darum, das heterogene Forschungsfeld zu ordnen, was bereits aus dem Titel „Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory“ deutlich wird. In einer Überarbeitung teilt Secchi (2007) das Forschungsfeld in drei Theorie-Gruppen auf und zielt darauf ab, überschneidungsfreie Cluster zu bilden, die als „clear-cut classes of theories“ (Secchi, 2007, S. 349) bezeichnet werden. Dem liegt die Annahme sich gegenseitig ausschließbarer Perspektiven zugrunde.

Neben der Strukturierung des Forschungsfeldes nach Theorie-Gruppen wird empirisch mittels bibliometrischer Methoden und systematischer Inhaltsanalysen untersucht, welche Theorien im Forschungsfeld angewendet werden (Frynas & Stephens, 2015; Frynas & Yamahaki, 2016; Ji et al., 2022). Außerdem werden bibliometrische Verfahren angewendet, um Muster in der Forschung im Hinblick auf Autor*innen, Zeitschriften, Zitationen und epistemologischen Orientierungen von Publikationen zu analysieren (De Bakker et al., 2005; Lockett et al., 2006). Schließlich werden mittels solcher Methoden verschiedene Denkschulen und Themen identifiziert¹³ (Frerichs & Teichert, 2023; Lockett et al., 2006, Nyabakora & Mohabir, 2024).

In Abgrenzung zu bibliometrischen Verfahren zeigen Wenzel und Will (2019) aus poststrukturalistischer Perspektive am Beispiel der CSR-Forschung, wie Forschungsfelder durch kommunikative Praktiken konstituiert werden. Sie unterscheiden drei Arten von Praktiken, welche sie als „embedding“, „diverging“ und „converging“ bezeichnen (Wenzel & Will, 2019, S. 518). „Embedding“ bedeutet, dass ein aufkommender Diskurs zunächst in ein etabliertes Forschungsfeld eingebettet wird. „Diverging“ beschreibt die Diversifizierung der akademischen Debatte, was dazu führt, dass sich das Feld von der etablierten Forschung absondert. Durch „Converging“-Praktiken etabliert sich schließlich ein unabhängiges Forschungsfeld mit eigenen Debatten (Wenzel & Will, 2019, S. 518 – i.O.herv.).

¹³ Weitere Beispiele sind Calabretta et al. (2011), Ma (2009) sowie Ma et al. (2012), in denen mittels bibliometrischer Verfahren Themen in der Business-Ethics-Literatur identifiziert werden.

2.1.4 Reflektion und Abgrenzung meiner Arbeit von bisherigen Reviews

Der Fortschritt in der Veröffentlichung von Reviews ist vorwiegend durch methodische Verfeinerungen geprägt (Gond et al., 2023). Allein die Analyse des zeitlichen Verlaufs zeigt eine Entwicklung von überwiegend konzeptionellen Publikationen bis hin zu stetig ausgereifteren bibliometrischen Verfahren. Während die über 1700-mal zitierte bibliometrische Studie von De Bakker et al. (2005) hauptsächlich aus Auszählmethoden besteht, werden zunehmend immer aufwendigere Methoden wie Netzwerk- und Ko-Zitationsanalysen durchgeführt, um die Strukturen eines Forschungsfeldes systematisch aufzuzeigen (Ji et al., 2022; Nyabakora & Mohabir, 2024). Die damit einhergehenden, impliziten Annahmen werden jedoch kaum hinterfragt.

Durch eine kritische Reflektion wird deutlich, dass sowohl in konzeptionellen als auch in empirischen Reviews das Ziel verfolgt wird, Forschungsfelder systematisch und objektiv zu *repräsentieren*. Gond et al. (2023, S. 196) beschreiben diese epistemologische Auffassung in Anlehnung an Pickering (1994) als „representationalism“. Gemäß einer solchen Auffassung verstehen Autor*innen die Literatur als eigenständige Einheit, die durch bibliometrische Methoden objektiv und systematisch dargestellt werden kann.

Abgrenzend davon zeigen Gond et al. (2023) sowie Wenzel und Will (2019) aus einer post-strukturalistischen Forschungsperspektive, wie Forschungsfelder durch kommunikative Praktiken konstituiert werden. Gond et al. (2023) beschreiben das von ihnen publizierte Review als performative Bemühung, durch die sie die Literatur konstituieren. Dies geschieht durch zwei Praktiken, die als „re-presenting“ und „intervening“ bezeichnet werden (Gond et al., 2023, S. 195 – i.O.herv.). Demnach entsteht eine neue Darstellungsweise der Literatur, wodurch das Forschungsfeld nicht repräsentiert, sondern gestaltet und in die Literatur interveniert wird. Wenzel und Will (2019, S. 518) wiederum beschreiben mit „embedding“, „diverging“ und „converging“ drei kommunikative Praktiken, welche die Entwicklung von Forschungsfeldern konstituieren (s. 2.1.3).

In 2.1.3 wird deutlich, dass in den bisherigen Strukturierungen des Forschungsfeldes verschiedene, sich gegenseitig ausschließende Paradigmen (Gond & Matten, 2007) beziehungsweise Theorie-Gruppen (Secchi, 2007) identifiziert werden. Hierbei handelt es sich um eine an Burrell und Morgan (1979) orientierte Auffassung von sich gegenseitig ausschließenden, inkommensurablen Paradigmen¹⁴. Burrell und Morgan (1979) sind Vertreter*innen des Isolationismus-Standpunkts, nach dem die Kommunikation über paradigmatische Grenzen

¹⁴ Detailliertere Ausführungen zum Bezugsrahmen von Burrell und Morgan (1979) in Abgrenzung zum Kompass der Managementforschung von Sieben (2007b) erfolgen in 2.2.3.

hinweg kaum möglich sei (Sieben, 2007b, S. 88). Wie ich in 2.2.3 zeige, wird im Rahmen einer solchen isolationistischen Auffassung nicht berücksichtigt, dass in multiperspektivischen Studien verschiedene Paradigmen kombiniert werden können. Auch eine an Burrell und Morgan (1979) orientierte Auffassung, dass sich Theorien den einzelnen Paradigmen zuordnen ließen (Vibert, 2004), erkennt, dass dieselben Theorien in Studien verschiedener Paradigmen zur Beantwortung unterschiedlicher Fragestellung angewendet werden können. Anstatt aufzuzeigen, wie auf Basis dieser Theorien in paradigmatisch unterschiedlichen Studien argumentiert wird, werden Theorien bislang überwiegend klassifiziert (z.B. Garriga & Melé, 2004) und deren Vorkommen in der CSR-Forschung quantifiziert und systematisiert (z.B. Frynas & Yamahaki, 2016).

Ausgehend von dieser Reflektion zeichnet sich meine Studie in Abgrenzung zu vorherigen Reviews durch folgende Aspekte aus: Erstens nehme ich in Abgrenzung zu isolationistischen Ansätzen eine Multiparadigmenperspektive ein, nach der postuliert wird, „dass der Dialog über konkurrierende Wissenschaftsverständnisse (Paradigmen) hinweg geführt werden muss, um Fortschritte in der Wissenschaft zu erzielen“ (Scherer & Marti, 2014, S. 35). Damit grenze ich mich nicht nur von funktionalistischen Reviews ab, sondern auch von der poststrukturalistischen Studie von Wenzel und Will (2019, S. 520), die ihren Ansatz strikt den bibliometrischen Methoden vorziehen.

Zweitens gehe ich in Anlehnung an Gond et al. (2023) und Wenzel und Will (2019) davon aus, durch meinen Beitrag das Forschungsfeld gestalten und in seiner Entwicklung beeinflussen zu können. Aus dieser poststrukturalistischen Perspektive argumentierend, stelle ich vor allem den Beitrag politisierender Studien heraus, die in Reviews, in denen das funktionalistisch geprägte Forschungsfeld repräsentiert wird, zu wenig berücksichtigt werden. Die von mir durchgeführte qualitative Inhaltsanalyse unterscheidet sich damit von Wenzels und Wills Vorgehen (2019, S. 520), welche die 20 meistzitierten Publikationen einzelner Dekaden diskursanalytisch untersuchen. Dadurch werden die dominierenden Perspektiven der meistzitierten Publikationen wieder reproduziert. Abweichend davon möchte ich gerade die Sichtweisen hervorheben, die im Forschungsfeld seltener referenziert werden. Daher analysiere ich Studien, die innerhalb des Zeitraums eines Jahres publiziert wurden – unabhängig von der Anzahl der Zitationen. Dadurch möchte ich politisierende Studien berücksichtigen, in denen marginalisierte Stimmen in den Fokus gestellt werden, die in der jahrzehntelangen funktionalistisch geprägten CSR-Forschung unberücksichtigt geblieben sind (Rupp et al., 2024).

2.2 Verortung in der Perspektivenvielfalt der Managementforschung

In 2.2 beschreibe ich den Bezugsrahmen meiner Arbeit. CSR fasse ich als ein Konzept der Managementforschung auf. Die Managementforschung¹⁵ umfasst Forschungspraktiken über das „organisationale Geschehen“ (Sieben, 2007b, S. 19) und ist durch eine Perspektivenvielfalt gekennzeichnet. In Abschnitt 2.2.1 gehe ich auf den Diskurs zum Umgang mit verschiedenen Forschungsperspektiven ein und ordne meine Arbeit der Multiparadigmenperspektive zu. Nachdem ich die Vorzüge dieser Position gegenüber dem Isolationismus-Standpunkt verdeutlicht habe, lege ich die theoretische Fundierung meiner multiperspektivischen Mixed-Methods-Studie dar. Die bibliometrische Analyse basiert auf dem „invisible college framework“ (Crane 1972; Price 1963, 1965), den ich in Abschnitt 2.2.2 beschreibe. Die paradigmatische Auswertung von CSR-Studien erfolgt anhand des Kompasses der Managementforschung nach Sieben (2007a, b). Hierbei handelt es sich um einen Bezugsrahmen der post-strukturalistischen Managementforschung (s. 2.2.3).

2.2.1 Pluralismus als Forschungsstrategie

Management- und Organisationsstudien lassen sich verschiedenen Paradigmen zuordnen. Gioia und Pitre (1990, S. 585) verstehen ein Paradigma im Sinne Kuhns (1970) und Lincolns (1985) als „a general perspective or way of thinking that reflects fundamental beliefs and assumptions about the nature of organizations“. Die Paradigmen beziehungsweise Forschungsperspektiven gehen einher mit verschiedenen Annahmen über die Natur organisationaler Phänomene (Ontologie), die Natur der Wissensgenerierung über diese Phänomene (Epistemologie) und die Art und Weise, organisationale Phänomene zu analysieren (Methodologie) (Gioia & Pitre, 1990, S. 585). Debatten über den Umgang mit solchen verschiedenen Wissenschaftsverständnissen sind Bestandteil der Inkommensurabilitätsdiskussion (Scherer & Marti, 2014, S. 34 f.). Ansätze sind inkommensurabel, wenn diese radikal verschieden sind, in einem Konkurrenzverhältnis zueinanderstehen und dies nicht durch einen objektiven Vergleichsmaßstab überwunden werden kann (Scherer & Marti, 2014, S. 34; Lueken, 1992). Scherer und Marti (2014, S. 34 f.) geben eine Übersicht verschiedener Standpunkte innerhalb der Inkommensurabilitätsdiskussion.

¹⁵ In Anlehnung an Sieben (2007b, S. 19) differenziere ich nicht zwischen der Betriebswirtschaftslehre sowie der Management-, Organisations- und Personalforschung, da sich alle auf den gleichen Untersuchungsbereich – nämlich dem Geschehen in Organisationen beziehen. Ich fasse die genannten Disziplinen wie Sieben (2007b, S. 19) unter dem Begriff der Managementforschung zusammen und betrachte die Frage der sozialen Verantwortung von Organisationen somit als ein Managementthema.

Wie meine Analyse verschiedener CSR-Klassifizierungen zeigt, wird in der CSR-Literatur am häufigsten der Isolationismus-Standpunkt vertreten. Deshalb grenze ich diesen von der Multiparadigmenperspektive ab, die ich in meiner Arbeit einnehme. Gemäß der Isolationismus-Position sollte die Inkommensurabilität nicht überwunden werden, da dies die Dominanz eines Wissenschaftsverständnisses zur Folge hätte. Ansätze und Theorien sind stattdessen anhand der Regeln und Annahmen innerhalb des jeweiligen Paradigmas prüfbar. Die Paradigmenvielfalt wird anerkannt, doch Vertreter*innen dieser Position wie Burrell und Morgan (1979) sowie Jackson und Carter (1991, 1993) postulieren, dass der Dialog über die paradigmatischen Grenzen hinweg kaum möglich sei (Scherer & Marti, 2014, S. 34). Wie ich in 2.1.4 reflektiere, basieren bisherige paradigmatische CSR-Analysen auf Burrell und Morgan (1979) (Gond & Matten, 2007) oder verfolgen das Ziel, überschneidungsfreie, inkommensurable Theorie-Cluster zu bilden (Secchi, 2007).

Abgrenzend dazu nehme ich in meiner Arbeit eine Multiparadigmenperspektive ein. Vertreter*innen dieser Position postulieren, dass der Dialog über paradigmatische Grenzen hinweg geführt werden müsse, um wissenschaftlichen Fortschritt zu erzielen (z.B. Gioia & Pitre, 1990; Lewis & Kelemen, 2002; Morgan, 1990; Schultz & Hatch, 1996). Im Rahmen eines solchen Verständnisses zielt Wissenschaft nicht auf die Erforschung der einzig existierenden Wahrheit ab. Vielmehr wird davon ausgegangen, dass im wissenschaftlichen Diskurs verschiedene Wahrheiten hervorgebracht werden (Scherer & Marti, 2014, S. 35). In Anlehnung an Krumm (2016, S. 15 f.) lässt sich anhand der Parabel von den „blinden Männern und dem Elefanten“ verdeutlichen, weshalb die Betrachtung eines organisationalen Phänomens aus verschiedenen Forschungsperspektiven umfassendere Erkenntnisse liefert als der Blick aus nur einer Perspektive. Gemäß diesem Gleichnis sollen sechs blinde Männer einen Elefanten beschreiben und kommen in Abhängigkeit der Perspektive zu unterschiedlichen Ergebnissen:

„Der eine fasst den Stoßzahn und meint, die Form des Elefanten müsste die eines Speeres sein. Der andere erfasst den Elefanten von der Seite und behauptet, er gleiche einer Mauer. Der dritte fühlt ein Bein und verkündet, der Elefant habe große Ähnlichkeit mit einem Baum. Der vierte greift den Rüssel und ist der Ansicht, der Elefant gleiche einer Schlange. Der fünfte fasst an ein Ohr und vergleicht den Elefanten mit einem Fächer, und der sechste, welcher den Schwanz erwischt, widerspricht und meint, der Elefant sei eher so etwas wie ein dickes Seil“ (Kieser & Walgenbach, 2010, S. 60).

Wie „Scheinwerfer“ (Popper, 1972, S. 47) werden durch einzelne Forschungsperspektiven lediglich bestimmte Facetten einer Problemstellung beleuchtet, während andere Aspekte verborgen bleiben. Übertragen auf die Erforschung von Managementthemen wird deutlich,

dass es vorteilhaft ist, diese aus verschiedenen Forschungsperspektiven zu analysieren (Krumm, 2016). Der Vorzug der Multiparadigmenperspektive lässt sich mit dem folgenden Zitat zusammenfassen:

„Multiparadigm approaches offer the possibility of creating fresh insights *because* they start from different ontological and epistemological assumptions and, therefore, can tap different facets of organizational phenomena and can produce markedly different and uniquely informative theoretical views of events under study“ (Gioia & Pitre, 1990, S. 591 – Herv.i.O.).

In Anlehnung an Sieben (2007a, b) ziele ich nicht darauf ab, durch das Einnehmen verschiedener Perspektiven die Objektivität zu erhöhen, ein Managementthema ganzheitlich zu repräsentieren oder die Wahrheit zu entdecken. Stattdessen geht es darum, die Vieldeutigkeit und die Machtwirkungen verschiedener Forschungsperspektiven herauszustellen (s. 2.2.3).

2.2.2 Informelle Forschungsnetzwerke als Bezugsrahmen bibliometrischer Analysen

Aus Sicht der Multiparadigmenperspektive produzieren Wissenschaftler*innen mehrere Wahrheiten. Sie beeinflussen die Entstehung und Verbreitung von Wissen und prägen folglich die Entwicklung von Forschungsfeldern (Ji et al., 2022, S. 330). Gemäß Gilbert (1977, S. 117) lässt sich aus dem Zitierverhalten von Autor*innen schließen, welcher wissenschaftlichen Gemeinschaft diese angehören. Ein Forschungsfeld umfasst somit informelle Netzwerke bestehend aus Wissenschaftler*innen, die sich gegenseitig zitieren, gleiche Themen erforschen und ähnliche Forschungsinteressen verfolgen (Zupic & Čater, 2015, S. 430 f.).

Diese informellen Netzwerke werden auch als „invisible colleges“¹⁶ bezeichnet (Lievrouw, 1989, S. 618 – i.O.herv.; Crane, 1972). Der Begriff wurde erstmals im 17. Jahrhundert in Europa verwendet, als die „Royal Society of London“ gegründet wurde. Das Konzept bezog sich auf Mitglieder dieser Wissensgemeinschaft, die nicht in formellen Institutionen verankert waren und dennoch aufgrund gemeinsam geteilter wissenschaftlicher Interessen und geografischer Nähe zusammenarbeiteten (z.B. Bartle, 1995; Lievrouw, 1989; Price, 1963; Sedita et al., 2020; Zuccala, 2006). Abgrenzend dazu verwendete Price (1963) im 20. Jahrhundert den Begriff für Wissenschaftler*innen mit gemeinsamen Forschungsinteressen, die zusätzlich formeller Institutionen angehörten und teilweise auch geografisch voneinander entfernt waren (Lievrouw, 1989; Sedita et al., 2020; Zuccala, 2006). In Anlehnung an Price (1963) entwi-

¹⁶ Im Folgenden verwende ich die Begriffe „invisible colleges“ und „informelle Forschungsnetzwerke“ als Synonyme.

ckelte Crane (1970, 1972) das Konzept weiter und bezog es auf informelle Kommunikationsbeziehungen zwischen Wissenschaftler*innen (Lievrouw, 1989).

In der heutigen Zeit stellen Sedita et al. (2020, S. 565) gemäß Crane (1969, 1970) heraus, dass in informellen Forschungsnetzwerken der Diskurs über disziplinäre Grenzen hinweg geführt wird. „The desire for originality motivates scientists to maintain contacts with scientists and scientific work in areas different from their own in order to enhance their ability to develop new ideas in their own areas“ (Crane, 1969, S. 349). So entstehen Core-Peripherie-Strukturen. Der Kern besteht aus häufig zitierten Werken; er enthält die geteilte Wissensbasis eines Forschungsnetzwerkes. Dieser ist umgeben von der peripheren Literatur, die sich über mehrere Wissensgebiete erstreckt und die geteilte Wissensbasis durch neue Erkenntnisse anreichert (Crane, 1970; Sedita et al., 2020).

Im Beitrag von Lievrouw (1989) werden Cranes Arbeiten sowie andere Konzeptionen und Operationalisierungen kritisiert. Hauptsächlich besteht die Kritik darin, dass informelle Kommunikationsprozesse durch strukturelle Indikatoren gemessen werden. Vor diesem Hintergrund wird die kritische Frage gestellt, ob informelle Forschungsnetzwerke wirklich von außen messbare Strukturen seien oder vielmehr Prozesse darstellen, die nur von den teilnehmenden Wissenschaftler*innen wahrgenommen werden können (Lievrouw, 1989, S. 612). Aufbauend auf dieser Kritik werden informelle Netzwerke als soziale Phänomene aufgefasst und wie folgt definiert: „An invisible college is a set of informal communication relations among scientists or other scholars who share a specific common interest or goal“ (Lievrouw, 1989, S. 622). Überwiegend werden jedoch bibliometrische oder soziometrische Verfahren durchgeführt, um strukturelle Aspekte von Forschungsnetzwerken zu erfassen. Aus der Kritik heraus ergibt sich die Notwendigkeit der Anwendung qualitativer Analyseverfahren wie ethnographischer Studien oder Diskursanalysen, um auch informelle Aspekte der Kommunikation zu erfassen (Lievrouw, 1989, S. 624).

Aus der darauf aufbauenden Konzeptentwicklung des 21. Jahrhunderts geht hervor, dass informelle Forschungsnetzwerke sowohl strukturelle als auch soziale Facetten vereinen. Aufbauend, aber auch abgrenzend zur Definition von Lievrouw (1989) betrachtet Zuccala (2006, S. 157) „invisible colleges“ folglich als „multi-faceted phenomenon“. Je nachdem, welche Facette im Fokus des Erkenntnisinteresses von Wissenschaftler*innen steht, bieten sich bibliometrische¹⁷, soziometrische¹⁷ sowie qualitative Analyseverfahren an.

¹⁷ Mittels soziometrischer Methoden werden Netzwerke analysiert, um Strukturen von Gruppen zu analysieren und um soziale Beziehungen im Hinblick auf bestimmte Kriterien zu messen (Stadler, 2023). Bibliometrische Methoden eignen sich vor allem, um die thematische Struktur eines Forschungsfeldes zu beleuchten (Sedita et al., 2020). Detaillierte Informationen zur Anwendung und Durchführung bibliometrischer Analysen gehen aus dem dritten Kapitel hervor.

Durch bibliometrische Analysen lassen sich kognitive Interaktionsformen erfassen, wie etwa das Zitieren von Publikationen. Mittels soziometrischer Analysen können soziale Interaktionen untersucht werden. Diese umfassen zum Beispiel Begegnungen von Wissenschaftler*innen auf internationalen Konferenzen. Qualitative Analysen zeichnen sich hingegen dadurch aus, dass sich mit ihnen detaillierte Verhaltens-, Wahrnehmungs- und Kommunikationsmuster interpretieren lassen. In bisherigen Arbeiten wird geschlussfolgert, dass Forschungsfelder vor allem durch bibliometrische Analysen repräsentiert werden können (Zuccala, 2006, S. 158). In dem Kontext werden Dynamiken in informellen Forschungsnetzwerken – und somit auch in der Core-Peripherie-Struktur von Forschungsfeldern – beachtet (Sedita et al., 2020, 567). Jedoch wird bislang noch nicht hinreichend berücksichtigt, dass durch Forschungspraktiken, wie dem Zitieren von Publikationen, Forschungsfelder nicht repräsentiert, sondern vielmehr konstituiert werden (Gond et al., 2023) (s. 2.1.4).

Trotz dieser konzeptionellen Lücke besteht der Beitrag der Analyse von „invisible colleges“ darin, verschiedene Denkschulen im Forschungsfeld zu identifizieren (Crane, 1972). „Denkschulen“ werden bezeichnet als „paradigms, schools of thought, or intellectual communities“ (Ji et al., 2022, S. 330). Im deutschsprachigen Raum werden Denkschulen auch unter dem Begriff der „Sinnprovinzen“ analysiert (Matiaske & Nienhüser, 2004, S. 118 – i.O.herv.). Dabei handelt es sich um „in sich konsistente Wirklichkeitskonstruktionen, die neben spezifischen, sie von anderen unterscheidenden Inhalten auch ihre eigenen Konstruktionsregeln umfassen“ (Matiaske & Nienhüser, 2004, S. 118). „Sinnprovinzen bilden also gleichsam (gedachte) Orte beziehungsweise Regionen, an denen sich Wissenschaftler [und Wissenschaftlerinnen] mit gemeinsamen Themen oder Theorien ‚begegnen‘“ (Matiaske & Nienhüser, 2004, S. 119 – Anm.d.Verf.). Diese müssen folglich nicht immer nur auf den gleichen theoretischen Annahmen basieren, sondern können sich auch aufgrund der gleichen thematischen Ausrichtung von Publikationen bilden (Matiaske & Nienhüser, 2004, S. 130).

Die Analyse von Sinnprovinzen innerhalb des informellen Forschungsnetzwerks ermöglicht es, die Struktur eines Forschungsfeldes zu erfassen (Morehouse & Saffer, 2018, S. 68), ohne dies vollständig zu repräsentieren (Gond et al., 2023). Mittels bibliometrischer Methoden lassen sich Themenbereiche im Forschungsfeld identifizieren (Sedita et al., 2020, 563). In diesen thematischen Sinnprovinzen gruppieren sich Autor*innen durch ihre gemeinsamen Forschungsinteressen (Zuccala, 2006, 153). Die sich daraus ergebende Struktur fungiert als Grundlage darauf anknüpfender, meistens interpretativer Analysen, wie aus dem Beitrag von Lievrouw (1989, S. 624 f.) hervorgeht: „[W]e [...] know that the territory cannot easily be navigated without a map, and that the map is meaningless unless the traveler can interpret it“.

2.2.3 Der Kompass der Managementforschung als Analysegerüst paradigmatischer Analysen

Wie aus Lievrouw's (1989) Zitat deutlich wird, bedarf es eines Bezugsrahmens, um sich in heterogenen Forschungsfeldern zu orientieren, und um verschiedene Forschungsperspektiven zu systematisieren. Sowohl die Metapher einer Landkarte als auch die eines Kompasses können „als Orientierungshilfe umschrieben werden“ (Sieben, 2007b, S. 108). Die Gemeinsamkeit verschiedener Modelle „zur Systematisierung von Forschungsperspektiven“ besteht also in der „Orientierungsleistung“ (Sieben, 2007b, S. 84).

Ausschlaggebend für die Wahl eines Bezugsrahmens zur paradigmatischen Analyse von Forschungsfeldern sind allerdings die Unterschiede der Modelle. In Abgrenzung zum Landkarten-Modell von Burrell und Morgan (1979) gebe ich für meine Analyse dem Managementkompass von Sieben (2007a, b) den Vorzug. Hierbei handelt es sich um eine Weiterentwicklung von Deetz' (1996) Revision des Burrell-Morgan-Bezugsrahmens (Sieben, 2007a, b). Mit der Wahl dieses Modells folge ich Forschenden, welche die Vorzüge des Managementkompasses hervorheben. Studien, die auf diesem Modell basieren, umfassen paradigmatische Analysen der Emotionsforschung (Sieben, 2007a), der Gender- und Diversity-Forschung (Sieben & Rastetter, 2017) sowie der Literatur zum IHRM (Kornau et al., 2020). Für die Analyse von Perspektiven der CSR-Forschung wurde der Managementkompass allerdings noch nicht angewendet. Stattdessen beruht Gonds und Mattens (2007) Systematisierung der CSR-Forschung auf Burrells und Morgans (1979) Bezugsrahmen. Diesen skizziere ich zunächst, um ausgehend von der Kritik des Landkarten-Modells den Managementkompass detaillierter darzulegen.

Im Landkarten-Modell unterscheiden Burrell und Morgan (1979) vier inkommensurable Paradigmen entlang zweier Dimensionen, denen sie Ansätze der Managementforschung zuordnen. Entlang einer Dimension differenzieren sie zwischen objektiven und subjektiven Ansätzen. Diese basieren auf unterschiedlichen ontologischen, epistemologischen und methodologischen Annahmen und unterscheiden sich im Hinblick auf Annahmen „der ‚Natur‘ menschlichen Handelns“ (Sieben, 2007b, S. 85). Forscher*innen objektiver Ansätze gehen aus einer realistischen Position davon aus, dass eine unabhängige Wirklichkeit existiere, die gemäß der positivistischen Sichtweise empirisch überprüfbar sei. Laut der nomothetischen Position eignen sich quantitative Analyseverfahren, um Gesetzmäßigkeiten zu identifizieren. Außerdem vertreten Forscher*innen objektiver Ansätze die deterministische Sichtweise, dass das menschliche Handeln durch externe Faktoren bestimmt werden könne.

Hingegen vertreten Forscher*innen subjektiver Ansätze eine nominalistische Position, nach der die Wirklichkeit¹⁸ sozial konstruiert wird. Im Sinne einer anti-positivistischen Position lassen sich demnach nur subjektive Wahrheiten¹⁸ interpretieren (Sieben 2007b, S. 85). Dafür eignen sich Methoden, „die auf ein nachvollziehbares Verstehen abzielen (ideographische Position)“ (Sieben, 2007b, S. 85 – i.O.herv.). Abgrenzend zur deterministischen Position wird aus voluntaristischer Sichtweise angenommen, „dass Handeln weitgehend auf freiem Willen basiert“ (Sieben, 2007b, S. 85).

Entlang der zweiten Dimension unterscheiden Burrell und Morgan (1979) Ansätze, die den Bestand sozialer Ordnung erklären, in Abgrenzung zu Ansätzen, die auf die Analyse des Wandels der sozialen Ordnung abzielen. Burrell und Morgan knüpfen an das Paradigmenverständnis im Sinne Kuhns (1979) an, nach dem Ansätze eines Paradigmas auf gemeinsam geteilten Annahmen basieren. In der Paradigmendebatte vertreten sie den isolationistischen Standpunkt, nach dem die Inkommensurabilität der Paradigmen nicht überwunden werden kann.

Kritikpunkte der Paradigmen-Landkarte beziehen sich vor allem auf zwei Aspekte: Zum einen kritisieren Forscher*innen den isolationistischen Standpunkt von Burrell und Morgan (Sieben, 2007b, S. 88 ff.). Unter anderem vertreten Gioia und Pitre (1990) sowie Lewis und Grimes (1999) einen multiparadigmatischen Standpunkt. Demnach werden Überschneidungen zwischen Paradigmen anerkannt, deren Grenzen als „transition zones“ bezeichnet werden (Gioia & Pitre, 1990, S. 592 – i.O.herv.). Zum anderen wird Burrells und Morgans dichotome Differenzierung zwischen subjektiven und objektiven Ansätzen kritisch diskutiert (Sieben, 2007b, S. 88). Diese Differenzierung basiert auf einer positivistischen Anschauung, nach der sich subjektive Wahrheiten von einer objektiven Wirklichkeit unterscheiden lassen. Dies widerspricht jedoch Ansätzen, die auf dem linguistic turn¹⁹ basieren – wie zum Beispiel einer an Foucault orientierten Diskursanalyse. „Solche Ansätze lassen sich nicht auf einer Subjektiv-objektiv-Achse einordnen, da sie eben diesem Dualismus widersprechen und ihn zu überwinden suchen“ (Sieben, 2007b, S. 91).

Im Rahmen der Entwicklung des Managementkompasses verändert Sieben (2007a, S. 566 ff., 2007b, S. 100 ff.) in Anlehnung an Deetz (1996) die Dimensionen zur Differenzierung von

¹⁸ Im Folgenden differenziere ich nicht zwischen den Begriffen „Wirklichkeit“ und „Wahrheit“. Stattdessen verwende ich diese in meiner Arbeit als Synonyme.

¹⁹ Vertreter*innen des linguistic turns würdigen die Bedeutung der Sprache in der Wissenschaft. Ohne Sprache können keine wissenschaftlichen Ergebnisse erzielt werden. Vielmehr beeinflusst die Sprache, welche wissenschaftlichen Erkenntnisse wie generiert werden (Sieben, 2007b, S. 41). Detaillierte Informationen zum Kerngedanken und zu Ansätzen des linguistic turns gehen aus Sieben (2007b, S. 40 ff.) hervor.

Ansätzen und interpretiert die Forschungsperspektiven neu, die sie auch umbenennt²⁰. Wie Deetz (1996) nimmt Sieben einen diskurstheoretischen Standpunkt ein und vertritt die Multiparadigmenperspektive. Folglich betrachtet sie Forschungsperspektiven nicht mehr als inkommensurable Paradigmen, sondern als diskursive Orientierungen. Diese definiert Sieben (2007a, S. 566) analog zu Deetz (1996, S. 198) als „different ways of articulating arguments and engaging in research practices, and as discourses that scholars produce and reproduce in the very process of doing research“. Somit können diskursive Orientierungen verstanden werden als Diskurse, „die durch die Anwendung von Forschungspraktiken (re)produziert werden“ (Sieben, 2007b, S. 95). Die Bezeichnung „Paradigma“ wird in dem Kontext abgelehnt, da die Forschungsperspektiven weder inkommensurabel, noch homogen sind, sondern von diskursiven Debatten durchzogen werden (Sieben, 2007a, S. 569, 2007b, S. 95). In Abgrenzung zum isolationistischen Standpunkt wird von Vertreter*innen der Multiparadigmenperspektive die Flexibilität in und zwischen Forschungsperspektiven gewürdigt. Vor diesem Hintergrund wird angenommen, dass Forschende innerhalb eines Forschungsbeitrages verschiedene Perspektiven einnehmen können. Diese Flexibilität verdeutlicht Sieben (2007b, S. 107 f.) durch die Bezeichnung des von ihr entwickelten Modells als Managementkompass, welcher in der folgenden Abbildung 1 visualisiert wird.

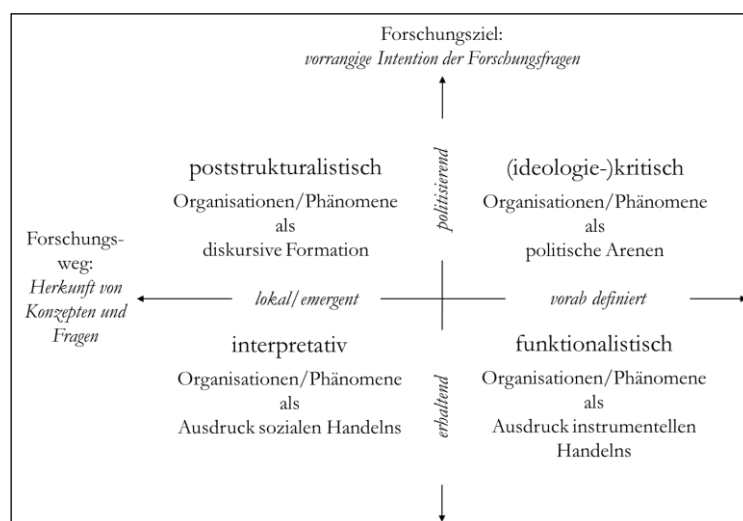


Abbildung 1 Managementkompass
Quelle: Sieben (2007b, S. 108).

Aus diskurstheoretischer Perspektive löst Sieben (2007b) in Anlehnung an Deetz (1996) die Subjektiv-objektiv-Dichotomie auf und differenziert Forschungsbeiträge stattdessen nach der „Herkunft von Konzepten und Forschungsfragen“ (Sieben, 2007b, S. 107 – i.O.herv.).

²⁰ Detaillierte Informationen zur Abgrenzung des Managementkompasses von Deetz' Modell (1996) lassen sich den Ausführungen von Sieben (2007b, S. 91 ff.) entnehmen.

Die horizontal angeordnete Kompassnadel, welche die Pole lokal/emergent und vorab definiert umfasst, bezieht sich somit auf den Forschungsweg von Ansätzen. Der rechte a priori-Pol beschreibt Forschungsbeiträge, in denen vorab definierte Konzepte im Forschungsprozess angewendet werden. Der linke lokal/emergente-Pol bezieht sich auf Ansätze, in denen Konzepte interaktiv im Forschungsprozess entwickelt werden.

Mit der vertikalen Kompassnadel differenziert Sieben (2007b) Forschungsbeiträge entlang des Forschungsziels. Der untere Pol beschreibt erhaltende Forschungspraktiken, die darauf abzielen, die soziale Ordnung zu erklären. „Die vorrangige Intention ist ein Aufrechterhalten von Effizienz, Funktionsfähigkeit und sozialer Ordnung“ (Sieben, 2007b, S. 107). Der obere Pol beschreibt politisierende Forschungspraktiken, mit denen Herrschaftsstrukturen und Konflikte aufgedeckt werden. Politisierende Ansätze zielen darauf ab, bestehende Strukturen, Prozesse und Praktiken zu hinterfragen. Aus der Kombination dieser zwei Kompassnadeln resultieren vier diskursive Orientierungen, die Sieben (2007a, S. 568; 2007b, S. 105) als funktionalistisch, interpretativ, (ideologie-)kritisch und poststrukturalistisch bezeichnet.

Sowohl in funktionalistischen als auch in interpretativen Forschungsbeiträgen zielen Forscher*innen darauf ab, die soziale Ordnung zu erhalten. In *funktionalistischen* Studien werden „Organisationen oder Phänomene als Ausdruck instrumentellen Handelns in den Blick genommen“ (Sieben, 2007b, S. 138). Das Ziel besteht darin, Erkenntnisse zu generieren, um die Funktionsfähigkeit von Organisationen zu erhalten oder zu verbessern. Ausgehend von einer nomothetischen Position werden vorab definierte Konzepte sowie angenommene Ursache-Wirkungs-Beziehungen empirisch gemessen, um diese vorherzusagen und zu kontrollieren.

Forscher*innen *interpretativer* Studien betrachten Organisationen hingegen als soziale Orte und analysieren, wie Bedeutungen in sozialen Prozessen konstruiert werden. Konzepte werden somit im Forschungsprozess interaktiv entwickelt (Sieben, 2007a, S. 570 f., 2007b, S. 138 ff.).

Im Gegensatz zu erhaltenden Forschungsperspektiven wird in ideologiekritischen und poststrukturalistischen Beiträgen ein politisierendes Forschungsziel verfolgt. In *ideologiekritischen* Studien werden Organisationen als politische Arenen aufgefasst „und die daran geknüpften asymmetrischen Verhältnisse und Interessenskonflikte thematisiert“ (Sieben, 2007b, S. 143). Ideologiekritische Forscher*innen „focus on structural patterns such as class, race, or gender“ (Sieben, 2007a, S. 573). Nach Alvesson und Deetz (1999) umfassen ideologiekritische Ansätze – neben Anwendungen der Labor-Process-Theorie – Arbeiten der Frankfurter Schule, die vor allem auf Ansätzen von Habermas basieren (Sieben, 2007b, S. 98).

In *poststrukturalistischen* Studien wird analysiert, wie organisationale Phänomene durch diskursive Praktiken konstituiert werden und welche Machtwirkungen damit einhergehen. Während in ideologiekritischen Studien die Forschungswege vorab definiert sind, werden poststrukturalistische Studien durch lokal emergente Forschungswege charakterisiert (Sieben 2007a, S. 572 ff., 2007b, S. 142 ff.).

Wie aus der Beschreibung der diskursiven Orientierungen hervorgeht, lässt sich der Managementkompass der poststrukturalistischen Forschungsperspektive zuordnen. Mein Beitrag ist daher „politically infused“ (Hassard & Kelemen, 2002, S. 333). Anstatt die CSR-Literatur zu repräsentieren (Gond et al., 2023), fasse ich das Forschungsfeld in Anlehnung an Foucault (1980) als einen Ort der Wissensproduktion auf (vgl. ähnlich auch Kornau et al., 2020, S. 151). Damit grenze ich mich ab von vorherigen paradigmatischen CSR-Klassifizierungen, die statisch zwischen positivistischen und postpositivistischen Ansätzen unterscheiden (Scherer & Palazzo, 2007) oder auf Burrells und Morgans Paradigmen-Landkarte basieren (Gond & Matten, 2007). Auch wenn Gond und Matten (2007) in Anlehnung an Gioia und Pitre (1990) sowie Lewis und Grimes (1999) Forschungsfragen entwickeln, die in „transition zones“ (Gioia & Pitre, 1999, S. 592 – i.O.herv.) entstehen, zeichnet sich mein Beitrag durch eine höhere Flexibilität aus. Vor diesem Hintergrund würdige ich, dass in Studien paradigmatische Grenzen überwunden werden.

Mein eigener multiparadigmatischer Forschungsbeitrag umfasst Analysen der funktionalistischen sowie der poststrukturalistischen Forschungsperspektive. In meinem funktionalistischen Analyseschritt zielen ich darauf ab, mittels quantitativer bibliometrischer Methoden Denkschulen und vorab definierte Konzepte der CSR-Forschung herauszuarbeiten. Dies dient der Strukturierung des Forschungsfeldes, ohne die CSR-Literatur zu repräsentieren (Gond et al., 2023). Hierbei handelt es sich um eine erhaltende Zielsetzung. Die sich daraus ergebene Forschungsfrage lautet, welche thematischen Sinnprovinzen sich im CSR-Forschungsfeld identifizieren lassen. Durch diesen Analyseschritt bietet mein Beitrag eine Orientierungshilfe im „low-paradigm field“ (Wood & Logsdon, 2019, S. 19) (s. bibliometrische Analyse im dritten Kapitel). Aus einer CCO-Perspektive wird dadurch auch deutlich, auf Basis welcher Studien, die zu den meistzitierten Publikationen der CSR-Literatur gehören, das Forschungsfeld reproduziert wird.

Mittels einer sich daran anknüpfenden qualitativen Inhaltsanalyse arbeite ich anhand des poststrukturalistischen Managementkompasses von Sieben (2007a, b) heraus, wie CSR-Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich um die zweite Forschungsfrage meiner Arbeit. Damit gehe ich in Anlehnung an Gond et

al. (2023) davon aus, das CSR-Forschungsfeld durch die diskursiven Praktiken meiner Arbeit zu konstituieren. Indem ich politikorientierte Studien²¹ Beiträgen mit erhaltenden Zielsetzungen gegenüberstelle, gelingt es, Machtverhältnisse im CSR-Diskurs offenzulegen und den Blick auf marginalisierte Stimmen zu lenken, die trotz der jahrzehntelangen Forschung bislang unberücksichtigt geblieben sind (Rupp et al., 2024, S. 12) (s. qualitative Inhaltsanalyse im vierten Kapitel).

3 Bibliometrische Analyse der CSR-Forschung

3.1 Vorbemerkungen zur bibliometrischen Analyse

Bibliometrische Methoden gehen unter anderem auf Pritchard (1969) zurück (Haustein & Larivière, 2015, S. 121). „[B]ibliometrics offers a powerful set of methods and measures for studying the structure and process of scholarly communication and is now an accepted method in the sociology of science“ (Sedita et al., 2020, S. 564). Es handelt es sich um quantitative Methoden (Belter, 2015, S. 219), mit denen sich sowohl Managementmoden (Sieben, 2007b) als auch Denkschulen in einem Forschungsfeld identifizieren lassen (Nerur et al., 2008). Bibliometrische Methoden bieten somit eine Orientierung innerhalb eines Forschungsfeldes. Es handelt sich gemäß Nyabakora und Mohabir (2024, S. 103) um „the most effective way to assess the conceptual framework of the research field“.

Abgesehen von den bereits genannten Beispielen (s. 2.1.3) liegen in der CSR-Literatur nur wenige bibliometrische Studien vor (z.B. Nyabakora & Mohabir, 2024; Quezado et al., 2022). Die am häufigsten zitierten sind die von De Bakker et al. (2005) und Lockett et al. (2006). Darin wird die CSR-Literatur überwiegend durch Kategorisieren, Auszählen und mittels Zitationsanalysen ganzheitlich ausgewertet. Meine bibliometrische Studie²² hebt sich davon ab, indem ich durch Ko-Zitations- und Faktoranalysen thematische Sinnprovinzen im CSR-Forschungsfeld identifiziere. Solche Methoden wurden vor der Veröffentlichung meiner bibliometrischen Studie lediglich auf die von CSR abzugrenzende Business-Ethics-Literatur angewendet (Calabretta et al., 2011; Ma, 2009; Ma et al., 2012).

Zunehmend werden spezifische Themen der CSR-Literatur bibliometrisch untersucht. Beispiele sind Studien zu Greenwashing (Santos et al., 2024), zur Verbraucher*innen-Skepsis (Nguyen et al., 2023) oder zum Zusammenhang von CSR mit der Geschlechtervielfalt in Vorständen (Alhosani & Nobanee, 2023). Abgrenzend dazu wird meine Studie als umfassen-

²¹ In Anlehnung an Nienhüser (2004, S. 1672) und Sieben (2007b, S. 107 ff.) fasse ich unter dem Begriff der politikorientierten Forschungsbeiträge ideologiekritische und poststrukturalistische Studien zusammen.

²² Meine bibliometrische Analyse entstand in Zusammenarbeit mit und unter methodischer Unterstützung durch Prof. Dr. Thorsten Teichert und wurde bereits publiziert (Frerichs & Teichert, 2023).

de bibliometrische Analyse gewürdigt (Nyabakora & Mohabir, 2024, S. 103). Zu beachten ist allerdings, dass Forschungsfelder durch die Anwendung bibliometrischer Methoden nicht in der Gesamtheit erfasst werden können. Einerseits werden nicht alle Forschungsaktivitäten veröffentlicht (Haustein & Larivière, 2015, S. 134). Andererseits werden gerade die Publikationen beachtet, die häufig zitiert werden. Relevante Erkenntnisse weniger häufig zitierter Veröffentlichungen fließen somit nicht in die Analyse ein. Dies erweist sich für meine Auswertung allerdings nicht als Nachteil, da meine Intention nicht darin besteht, das CSR-Forschungsfeld ganzheitlich zu repräsentieren.

3.2 Methode

3.2.1 Datengenerierung und Datenbasis

Zur Generierung der Datenbasis führte ich eine Stichwortsuche im SSCI durch, was eine gängige Praxis bei bibliometrischen Analysen darstellt (Kuntner & Teichert, 2016, S. 2688). Hierbei handelt es sich um eine Datenbank, die Publikationen von mehr als 2000 sozialwissenschaftlichen Zeitschriften aus über 50 Disziplinen beinhaltet (Ma, 2009, S. 256; Ma et al., 2012, S. 288). „Using SSCI provided the most comprehensive and widely accepted databases of business ethics publications“ (Ma, 2009, S. 256; Ma et al., 2012, S. 288). Dies lässt sich auf die CSR-Literatur übertragen, da es sich um verwandte Konstrukte handelt.

Meine Analyse basiert auf Publikationen, die seit der Erfassung im SSCI zwischen 1994 und 2020 veröffentlicht wurden. Als Suchbegriff verwendete ich in Anlehnung an Wenzel und Will (2019, S. 520) den Term „corporate social responsibility“. Einzelne Konstrukt-Dimensionen und verwandte Konstrukte schloss ich als Suchbegriffe aus. Dies begründet sich damit, dass ich in meiner bibliometrischen Analyse nicht die Intention verfolge, die CSR-Literatur vollständig zu erfassen. Vielmehr nutze ich den methodischen Zugang, um die Heterogenität der CSR-Forschung herauszustellen. Mein Ziel besteht darin, zu zeigen, welche thematischen Sinnprovinzen identifiziert werden können, wenn nach dem Term gesucht wird. Die Abkürzung CSR schloss ich ebenfalls als zusätzlichen Suchbegriff aus, da der Einbezug themenfremde Treffer generiert hätte. Dies zeigte eine zusätzliche Abfrage im SSCI, mit der ich nach Publikationen suchte, die CSR, aber nicht den Begriff „corporate social responsibility“ enthalten²³. Die Sichtung dieser Veröffentlichungen zeigte, dass dadurch Artikel hinzugekommen wären, in denen CSR als Abkürzung für andere Konzepte verwendet wird, wie zum Beispiel für Coworkers‘ Safety Response (Lingard et al., 2012, S. 234).

²³ Die Suchabfrage lautete: „(CSR NOT „corporate social responsibility“) AND „organization*“.

Um den Bezug zur Organisations- und Managementliteratur herzustellen, lagen verschiedene Möglichkeiten vor. Zum einen hätte eine Filterung durch die „Web of Science Categories“ oder „Research Areas“ vorgenommen werden können. Um jedoch die Heterogenität nicht vorab einzuschränken, und da die verschiedenen Kategorien und Forschungsbereiche der Datenbank nicht genau voneinander abgegrenzt werden konnten, wurde der Bezug zur Organisationsforschung in Anlehnung an Sieben (2007b, S. 151) durch den zusätzlichen Suchbegriff „organization*“ hergestellt. Um auch organisationale Praktiken einzubeziehen, wählte ich die trunkierte Schreibweise, sodass auch die adverbiale sowie adjektivische Verwendung gefunden werden konnte. Somit lautete die Suchabfrage „corporate social responsibility“ AND „organization*“. Nach diesen Begriffen suchte ich im Titel, in der Kurzzusammenfassung, in den Stichwörtern der Autor*innen sowie in den zusätzlichen Keywords der Datenbank. Wie es gängige Praxis darstellt, fokussierte ich mich auf englischsprachige, begutachtete Artikel (Kuntner & Teichert, 2016, S. 2687).

Um Artikel ohne CSR-Fokus auszuschließen, bei denen die Suchbegriffe lediglich in den zusätzlich hinzugefügten Stichwörtern der Datenbank vorkamen (Keywords Plus), sichtete ich die Titel, Zusammenfassungen sowie die Autor*innen-Stichwörter von 2837 Artikeln. Durch die von der Datenbank generierten Stichwörter wurden Publikationen identifiziert, in denen Forscher*innen nicht den CSR-Term, sondern stattdessen Begriffe verwandter Konstrukte verwenden. Davon bezog ich Artikel mit ein, in denen neben der Abkürzung CSR auch sinnverwandte Konstrukte fokussiert werden. Wie aus 2.1.1 und 2.1.2 hervorgeht, werden die Begriffe Social Responsibility und Corporate Responsibility weitgehend als Synonyme für CSR aufgefasst. Auch die Bezeichnung Organizational (Social) Responsibility fasse ich als Synonym auf. Auch ohne diese Begriffe explizit in die Suchabfrage einbezogen zu haben, wurden solche Artikel aufgrund der zusätzlichen Datenbankstichwörter erfasst. Aus demselben Grund konnte ich durch die Suchabfrage ebenfalls Publikationen über CSP identifizieren. Auch diese Artikel schloss ich in die Analyse ein, da aus De Bakker et al. (2005, S. 292) hervorgeht, dass CSR und CSP im Wesentlichen auf dem gleichen Forschungsfeld beruhen.

Die Suchergebnisse zeigten weiterhin, dass sich durch die Abfrage ebenfalls Publikationen über Corporate Social Irresponsibility finden ließen. Diese Artikel schloss ich in meine Analyse ein, da sie insbesondere für eine Reflektion aus politisierender Perspektive Erkenntnisse liefern können. Außerdem bezog ich ebenfalls die adjektivische sowie adverbiale Verwendung dieser Begriffe in die Analyse ein (Sieben, 2007b, S. 149). Zusätzlich berücksichtigte ich Artikel, in denen CSR in Wortzusammensetzungen vorkommt. Beispiele sind unter anderem Ausdrücke wie „CSR practices“ (z.B. Yu & Choi, 2016, S. 226), „CSR-

washing“ (z.B. Boiral et al., 2017, S. 57), „CSR communication“ (z.B. Lim & Greenwood, 2017, S. 768) sowie „Employee perceptions of CSR“ (z.B. Moon et al., 2014, 49).

Das Vorkommen dieser Begriffe beurteilte ich nach dem folgenden Regelwerk: Sofern diese in den Stichwörtern der Autor*innen genannt werden, schloss ich die Artikel in meine Analyse ein. Dies lässt sich dadurch begründen, dass diese die relevanten Themen der jeweiligen Publikation zusammenfassen. Werden die Begriffe darin nicht genannt, bezog ich die Artikel nur dann in die Analyse mit ein, sofern mindestens einer dieser Begriffe sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt wird. Wird CSR nicht in den Stichwörtern der Autor*innen genannt, sondern taucht lediglich in der Kurzzusammenfassung auf, so zeigte sich, dass CSR thematisch nicht im Fokus der jeweiligen Publikation steht.

Haben Autor*innen keine Stichwörter angegeben, inkludierte ich die Artikel in meine Analyse, sofern einer der beschriebenen Begriffe entweder im Titel oder in der Kurzzusammenfassung der Publikation genannt wird. Andernfalls schloss ich die Artikel aus.

Außerdem berücksichtigte ich Publikationen nicht, in denen lediglich einzelne Praktiken oder theoretische Ansätze fokussiert werden, ohne dass diese mit den oben genannten Begriffen im Zusammenhang stehen. Damit konnte ich sicherstellen, dass in allen einbezogenen Artikeln der Fokus auf CSR liegt. Theoretische Ansätze wie die Stakeholder-Theorie werden zwar im CSR-Diskurs häufig analysiert, jedoch auch in anderen Kontexten verwendet.

„[T]he term *stakeholder* nowadays is applied so broadly that it becomes quite complex to determine whether a paper retrieved by using this search term in fact still addresses issues of CSR, only touches on CSR slightly, or does not do so at all. Many studies consider some aspects of CSR [...] even though their main contribution is in another field than business and society research“ (De Bakker et al., 2005, S. 291 – Herv.i.O.).

Die Anwendung dieser Regeln führte zum Ausschluss von 935 Artikeln, sodass meine Analyse auf 1902 Artikeln basiert. Zu beachten ist, dass die Analyseschritte hauptsächlich auf die meistzitierten Referenzen dieser Artikel angewendet wurden.

Lediglich die Analyse der Entwicklung der thematischen Sinnprovinzen zur Erforschung aktueller Trends basiert auf den 1902 Artikeln. Zur Unterscheidung differenziere ich daher in Anlehnung an Kuntner und Teichert (2016, S. 2688) zwischen *zitierenden* Artikeln und den Referenzen, welche ich als *zitierte* Publikationen bezeichne. Während die zitierenden Publikationen ausschließlich englischsprachige, begutachtete Artikel umfassen, inkludieren die Referenzen zahlreiche andere Quellenarten wie Bücher (z.B. Bowen, 1953, Freeman, 1984) oder Zeitungsartikel (Friedman, 1970). Um die Analysen auf Basis der zitierten Publikationen durchzuführen, wurden zunächst die Referenzen der 1902 zitierenden Artikel mit dem Pro-

gramm BibExcel extrahiert. Aufgrund der großen Datenmenge wurden Analysen auf Publikationen beschränkt, die innerhalb des Datensatzes mindestens 30-mal zitiert wurden. Hierbei handelt es sich um die 291 meistzitierten Referenzen meines Datensatzes. In der Tabelle 3 wird die Generierung der Daten zusammengefasst.

Tabelle 3 Kriterien zum Ein- und Ausschluss von zitierenden Artikeln für die bibliometrische Analyse

Zitierende Artikel als Ausgangsbasis	1902 englischsprachigen Artikeln zu CSR mit Organisationsbezug
Publikationsjahr der zitierenden Artikel	1994-2020
Datenbank	SSCI
Suchbegriffe	„corporate social responsibility“ AND „organization*“
Einschlusskriterien für die Auswahl der zitierenden Artikel	➤ Englischsprachige, begutachtete Artikel ➤ CSR steht thematisch im Fokus des Artikels. ➤ Beim Vorliegen von Autor*innen-Stichwörtern: CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbiale Verwendung ist in den Autor*innen-Stichwörtern oder sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung genannt. ➤ Liegen keine Autor*innen-Stichwörter vor: CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbiale Verwendung ist im Titel oder in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ CSR wird im Kontext von Organisationen analysiert.
Ausschlusskriterien für die Auswahl der zitierenden Artikel	➤ CSR steht thematisch nicht im Fokus. ➤ Beim Vorliegen von Autor*innen-Stichwörtern: CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbiale Verwendung ist nicht in den Autor*innen-Stichwörtern oder sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ Liegen keine Autor*innen-Stichwörter vor: CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbiale Verwendung ist nicht im Titel oder in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ CSR wird nicht im Kontext von Organisationen analysiert.
Datenbasis	291 meistzitierte Publikationen von 1902 zitierenden Artikel

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Sweeney et al., 2019, S. 118, 136 und Murawski, 2021, S. 339)

3.2.2 Datenanalysen

Der erste Analyseschritt bestand in der Erstellung einer Ko-Zitationsmatrix als Ausgangsbasis für die weiteren Auswertungen. Ko-Zitationsanalysen eignen sich, um zu untersuchen, wie häufig zwei Publikationen in einem Datensatz gemeinsam zitiert werden (Small, 1973, S. 265; Clauß, 2013, S. 38). Publikationen, die viele Ko-Zitationen mit anderen Artikeln aufweisen, werden auch häufig alleine zitiert, was darauf schließen lässt, dass diese die Kerninhalte, Methoden und Konzepte eines Forschungsfeldes thematisieren. Anhand der Ko-Zitationsanalyse lassen sich die Beziehungen zwischen diesen Kerninhalten darstellen (Small, 1973, S. 265 f.). Es wird davon ausgegangen, dass eine hohe Anzahl an Ko-Zitationen auf eine hohe inhaltliche Ähnlichkeit zweier Publikationen schließen lässt (Clauß, 2013, S. 38).

Anschließend wurde mit dem Programm UCINET 6.665 eine Core-/Peripherieanalyse durchgeführt (Borgatti et al., 2002). Im Kern befinden sich solche Veröffentlichungen, die innerhalb des Forschungsfeldes besonders häufig und von vielen Publikationen des Forschungsfeldes zitiert werden. Daher bilden diese die gemeinsam geteilte Basis des Wissenschaftsdiskurses (Clauß, 2013, S. 40). Clauß (2013, S. 41) beschreibt den Kern und die Peripherie wie folgt: „Die Existenz eines Kerns ergibt sich durch eine hohe Dichte und Kohärenz innerhalb der Zitationsstruktur. Die Peripherie hingegen ist mit dem Kern verbunden, weist jedoch nur wenige verknüpfende Verbindungen untereinander auf“. Während der Kern die gemeinsam geteilte Basis darstellt, manifestiert sich die Heterogenität eines Forschungsfeldes in den einzelnen Diskurssträngen der Peripherie (Clauß, 2013, S. 41 f.; Borgatti & Everett, 2000, S. 377).

Zur Analyse der Struktur des Kerns zog ich drei Zentralitätsmaße heran. Hierbei handelt es sich um die Degree-, die Eigenvector- und die Betweenness-Zentralität (Frerichs & Teichert, 2023, S. 236). Mit der Degree-Zentralität wird die Anzahl der Ko-Zitationen eines Artikels innerhalb eines Datensatzes gemessen. Eine hohe Ausprägung deutet darauf hin, dass eine Publikation mit vielen weiteren Veröffentlichungen innerhalb eines Netzwerkes verbunden ist (Freeman, 1978). Die Eigenvector-Zentralität stellt eine Erweiterung der Degree-Zentralität dar, indem zusätzlich berücksichtigt wird, wie bedeutend die Veröffentlichungen sind, mit denen Publikationen verbunden sind (Bihari & Pandia, 2015). Die Betweenness-Zentralität zeigt, inwieweit eine Veröffentlichung als Brücke zwischen ansonsten unverbundenen Veröffentlichungen in einem Netzwerk fungiert (Frerichs & Teichert, 2023, S. 236). Eine hohe Betweenness-Zentralität deutet darauf hin, dass eine Publikation eine vermittelnde Rolle im Netzwerk einnimmt, durch die Forschungsströmungen miteinander verknüpft werden (Barthélemy, 2004).

Daraufhin wurden Faktoranalysen auf Basis der Ko-Zitationen des Kerns und der Peripherie mittels SPSS durchgeführt. Dadurch konnte ich thematische Sinnprovinzen innerhalb des Forschungsfeldes identifizieren (Kuntner & Teichert, 2016; Nerur et al., 2008). Denn Faktoranalysen eignen sich dafür, auf Basis der Ko-Zitationsmatrix Subfelder zu extrahieren, welche die verschiedenen Themen im Forschungsfeld darstellen. Einer thematischen Sinnprovinz wird eine höhere Bedeutung innerhalb eines Forschungsfeldes zugesprochen, je höher die Varianz ist, welche durch den Faktor erklärt wird (Clauß, 2013, S. 41; Nerur et al., 2008, S. 322).

Um die Bedeutungen einzelner Publikationen zu analysieren, interpretierte ich deren Faktorladungen sowie Faktorwerte. Durch die Faktorladung wird angezeigt, in welchem Ausmaß

eine Veröffentlichung die Inhalte einer Sinnprovinz thematisiert²⁴. Je höher der Wert der Faktorladung ist, umso stärker gibt die jeweilige Publikation Einblick in die Inhalte der thematischen Sinnprovinz. Der Faktorwert gibt hingegen an, in welchem Ausmaß eine Publikation die Forschung innerhalb der thematischen Sinnprovinz prägt. Je höher der Faktorwert, umso stärker ist der Einfluss der jeweiligen Publikation auf die thematische Sinnprovinz (Clauß, 2013, S. 41; Kuntner & Teichert, 2016, S. 2688; Teichert & Shehu, 2010, S. 55). Häufig gehen hohe Faktorladungen mit hohen Faktorwerten einher. Interessant sind jedoch auch Beispiele, in denen Faktorladungen und Faktorwerte divergieren. Eine Publikation, die eine thematische Sinnprovinz beeinflusst, aber die inhaltliche Ausrichtung nicht spiegelt, kann als ein Grundlagenwerk angesehen werden, welche über die spezifische Forschungsrichtung hinaus von Bedeutung ist (Kuntner & Teichert, 2016, S. 2688). Beispiele sind Werke zu theoretischen Ansätzen wie Freemans Publikation (1984) zur Stakeholder-Theorie, die in mehreren thematischen Sinnprovinzen angewendet wird, ohne die jeweiligen inhaltlichen Ausrichtungen der Sinnprovinzen zu thematisieren.

Schließlich analysierte ich die Relevanz der thematischen Sinnprovinzen im Zeitverlauf zwischen 2006 und 2020. Die Prävalenz einer thematischen Sinnprovinz lässt sich messen durch die Anzahl der Zitate von den 1902 zitierenden CSR-Artikeln. Die Anzahl der Zitate einer thematischen Sinnprovinz zu einem Zeitpunkt wird durch die Summe der Zitationen aller Sinnprovinzen im gleichen Zeitraum geteilt. Dadurch lassen sich thematische Trends in der CSR-Forschung erkennen (Kuntner & Teichert, 2016, S. 2693).

3.3 Themen in der CSR-Forschung

Die Core-/Peripherieanalyse zeigt, dass sich von den 291 Publikationen 43 dem Kern und 248 der Peripherie zuordnen lassen. Den Kern der CSR-Forschung beschreibe ich in 3.3.1. Aus den Ergebnissen der Faktoranalyse geht hervor, dass sich im Kern fünf thematische Sinnprovinzen identifizieren lassen, die in der Peripherie spezifiziert werden. Die Erläuterung der inhaltlichen Schwerpunkte erfolgt in 3.3.2. Daraufhin analysiere ich in 3.3.3 die Relevanz der Themen im Zeitverlauf, um Trends in der CSR-Forschung aufzuzeigen. Schließlich endet das Kapitel mit einer Zusammenfassung und Reflektion in 3.3.4.

²⁴ An dieser Stelle benutze ich ganz bewusst nicht das Wort „repräsentieren“, auch wenn dies in bibliometrischen Studien verwendet wird (Clauß, 2013, S. 41). Auch wenn ich im Rahmen der bibliometrischen Studie typische Forschungspraktiken der funktionalistischen Forschung anwende (Gond et al., 2023, S. 216), gehe ich aus einer CCO-Perspektive nicht davon aus, dadurch die CSR-Forschung zu repräsentieren.

3.3.1 Der Kern der CSR-Forschung

Die 43 Publikationen des Kerns der CSR-Forschung werden in der Tabelle 4 gemeinsam mit den Zentralitätswerten zusammengefasst. Außerdem wird deutlich, welchem Faktor die Publikationen des Kerns zugeordnet werden, dessen jeweilige Bedeutung aus 3.3.2 hervorgeht.

Zum Kern des Forschungsfeldes gehören grundlegende Artikel, in denen CSR konzeptualisiert und CSP-Modelle entwickelt werden. Bereits in 2.1.1 bin ich auf die Relevanz der Modelle von Carroll (1979, 1991) und Wood (1991) eingegangen, welche die Entwicklung des Forschungsfeldes noch immer prägen. Der Artikel von Carroll (1979), in dem vier CSR-Dimensionen unterschieden werden, wird innerhalb meines Datensatzes insgesamt 5633-mal gemeinsam mit den anderen 290 Artikeln zitiert.

Hinsichtlich der theoretischen Fundierung zeigt sich die hohe Relevanz der Stakeholder-Theorie (z.B. Donaldson & Preston, 1995). Freemans (1984) Stakeholder-Ansatz gehört zu den Publikationen mit den höchsten Zentralitätswerten. Der bekannte New York Times-Artikel, in dem Friedman (1970) hingegen den Shareholder-Ansatz vertritt, ist ebenfalls ein zentrales Werk der CSR-Forschung. Häufig werden diese beiden Publikationen als konkurrierende Erklärungsansätze gemeinsam zitiert. Aus Frynas und Yamahaki (2016) geht hervor, dass neben der Stakeholder-Theorie oft auch institutionelle Ansätze in CSR-Studien angewendet werden. Zu den zentralen Publikationen gehören DiMaggios und Powells Artikel (1983) über die Wirkung isomorpher Prozesse, Campbells konzeptionelle CSR-Studie (2007) zum Einfluss institutioneller Faktoren sowie Mattens und Moons (2008) komparative Analyse zur CSR-Implementierung in verschiedenen Länderkontexten.

Der Kern umfasst ebenfalls Reviews über CSR-Definitionen (Carroll, 1999) und Theorie-Gruppen (Garriga & Melé, 2004) sowie Mehr-Ebenen-Analysen zu Treibern und Effekten eines sozial verantwortlichen Unternehmer*innen-Handelns (z.B. Aguinis & Glavas, 2012).

Auch Studien und Metaanalysen zur Korrelation zwischen sozialen und finanziellen Leistungen von Organisationen sind im Kern der CSR-Forschung zentral eingebettet (z.B. Margolis & Walsh, 2003). Enthalten sind ebenfalls Studien, in denen die Wirkung von CSR-Initiativen auf einzelne Stakeholder-Gruppen fokussiert werden. Hierzu gehören Artikel zum Einfluss von CSR-Maßnahmen auf Mitarbeitende (z.B. Brammer et al., 2007; Rupp et al., 2006, 2013) sowie auf Verbraucher*innen (z.B. Luo & Bhattacharya, 2006).

Anzumerken ist, dass spezifischere CSR-Studien (z.B. Rupp et al., 2013) im Vergleich zu allgemeineren CSR-Konzeptualisierungen (Carroll 1979, 1991) und Reviews (Carroll, 1999) eine geringere Betweenness-Zentralität aufweisen und somit weniger als Brücke zwischen

Tabelle 4 Kernpublikationen der CSR-Forschung

Publications ²⁵	Degree centrality (rank)		Eigenvector centrality(rank)		Betweenness centrality (rank)		Factor
McWilliams and Siegel (2001)	5773	(1)	100%	(1)	69.55	(1)	2
Carroll (1979)	5633	(2)	99%	(2)	69.55	(1)	3
Orlitzky et al. (2003)	5254	(3)	89%	(4)	69.55	(1)	2
Freeman (1984)	5084	(4)	91%	(3)	69.55	(1)	3
Aguinis and Glavas (2012)	5049	(5)	79%	(6)	69.55	(1)	1
Aguilera et al. (2007)	4894	(6)	81%	(5)	69.55	(1)	5
Waddock and Graves (1997)	4136	(7)	69%	(7)	68.48	(9)	2
Turban and Greening (1997)	4058	(8)	66%	(8)	67.76	(13)	4
Margolis and Walsh (2003)	3855	(9)	65%	(9)	66.51	(15)	2
Matten and Moon (2008)	3676	(10)	60%	(11)	67.82	(11)	5
Porter and Kramer (2006)	3597	(11)	61%	(10)	67.79	(12)	N/A ²⁶
Sen and Bhattacharya (2001)	3576	(12)	57%	(14)	65.26	(18)	4
Brammer et al. (2007)	3421	(13)	55%	(16)	48.89	(54)	1
Campbell (2007)	3402	(14)	56%	(15)	67.99	(10)	5
Fornell and Larcker (1981)	3381	(15)	53%	(19)	52.20	(42)	4
Donaldson and Preston (1995)	3367	(16)	58%	(12)	65.29	(17)	2
Carroll (1991)	3263	(17)	57%	(13)	69.55	(1)	3
Ashforth and Mael (1989)	3212	(18)	51%	(20)	49.71	(50)	1
Wood (1991)	3206	(19)	55%	(17)	65.01	(19)	3
Podsakoff et al. (2003)	3028	(20)	47%	(24)	59.68	(27)	1
Greening and Turban (2000)	3021	(21)	49%	(22)	56.15	(34)	1
Rupp et al. (2006)	2993	(22)	47%	(23)	47.85	(56)	1
Friedman (1970)	2982	(23)	55%	(18)	64.30	(20)	N/A ²⁶
Carroll (1999)	2956	(24)	50%	(21)	69.55	(1)	3
Clarkson (1995)	2755	(25)	47%	(25)	67.03	(14)	3
Kim et al. (2010)	2732	(26)	42%	(27)	42.81	(80)	1
Turker (2009b)	2689	(27)	43%	(26)	38.02	(99)	1
Dutton et al. (1994)	2621	(28)	41%	(30)	46.31	(60)	1
Peterson (2004)	2569	(29)	41%	(29)	45.17	(66)	1
Jones (2010)	2543	(30)	38%	(35)	40.22	(88)	1
McWilliams and Siegel (2000)	2499	(31)	42%	(28)	57.88	(31)	2
Luo and Bhattacharya (2006)	2487	(32)	40%	(32)	59.77	(26)	4
DiMaggio and Powell (1983)	2446	(33)	37%	(36)	48.53	(55)	5
Mitchell et al. (1997)	2422	(34)	41%	(31)	58.92	(28)	1
McWilliams et al. (2006)	2369	(35)	39%	(33)	63.31	(22)	2
Rupp et al. (2013)	2356	(36)	35%	(39)	29.28	(140)	1
Brown and Dacin (1997)	2268	(37)	36%	(37)	53.99	(37)	4
Barnett (2007)	2261	(38)	35%	(38)	65.73	(16)	2
Garriga and Melé (2004)	2261	(38)	38%	(34)	58.12	(29)	3
Suchman (1995)	2193	(40)	33%	(41)	49.02	(53)	1
Turker (2009a)	2135	(41)	34%	(40)	53.02	(40)	1
Carmeli et al. (2007)	2067	(43)	31%	(46)	40.70	(87)	1
Maignan et al. (1999)	2027	(44)	32%	(43)	52.14	(43)	1

(Frerichs & Teichert, 2023, S. 239)

ansonsten unverbundenen Artikeln fungieren. Die in diesem Unterkapitel angerissenen Themen des Kerns geben erste Aufschlüsse über die im Folgenden erläuterten thematischen Sinnprovinzen der CSR-Forschung.

²⁵ Auch wenn in der Tabelle 4 lediglich die 43 Publikationen des Kerns aufgelistet sind, bezieht sich das Ranking auf alle 291 Veröffentlichungen, auf denen die bibliometrische Analyse basiert.

²⁶ N/A steht für fehlende Werte. Dies betrifft Publikationen, die keinem Faktor zugeordnet werden konnten.

3.3.2 Thematische Sinnprovinzen der CSR-Forschung

Die Ergebnisse der Faktoranalysen zeigen, dass sich im Kern fünf thematische Sinnprovinzen identifizieren lassen, die in der Peripherie spezifiziert werden. Hierbei handelt es sich um den Einfluss von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende, auf Kund*innen, um die Messung der Korrelation zwischen sozialen und finanziellen Leistungen, um CSR-Konzeptualisierungen sowie um den Einfluss institutioneller Faktoren auf CSR-Praktiken. Darüber hinaus identifiziere ich in der Peripherie zwei weitere thematische Sinnprovinzen. Diese umfassen Artikel zur Verbraucher*innen-Skepsis und zu CSR-Praktiken als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile. Aus der Tabelle 5 gehen die fünf Publikationen mit den höchsten Faktorladungen und Faktorwerten hervor.

Publikationen über die *Wirkung von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende* bilden eine eigene thematische Sinnprovinz im Kern, die in der Peripherie weiter ausdifferenziert wird (s. Faktor 1/5 des Kerns und Faktor 1/7 der Peripherie). In den Artikeln wird gezeigt, dass sich CSR-Aspekte positiv auf das Commitment von Mitarbeitenden auswirken können (z.B. Brammer et al., 2007; Kim et al., 2010; Turker, 2009b; Vlachos et al., 2014). Darüber hinaus wird in Studien dieses Themas untersucht, wie sozial verantwortungsvolles Unternehmer*innen-Handeln die Arbeitszufriedenheit (z.B. Glavas & Kelley, 2014; Vlachos et al., 2013), das Organizational Citizenship Behavior (z.B. Jones, 2010) sowie die Arbeitsleistung positiv beeinflussen (z.B. Carmeli et al., 2007; De Roeck et al., 2014; Vlachos et al., 2014). Dazu werden Mechanismen untersucht, welche die Wirkungsbeziehungen konkretisieren. Die Studien basieren unter anderem auf der Social-Identity-Theorie (z.B. De Roeck & Delobbe, 2012; De Roeck et al., 2014; Farooq et al., 2017; Kim et al., 2010). Außerdem wird der Organizational-Justice-Framework (Rupp, 2011; Rupp et al., 2006, 2013) sowie die Social-Exchange-Theorie angewendet (z.B. Farooq et al., 2014). Daher sind dem Faktor Publikationen zugeordnet, in denen diese Theorien geprägt werden (Ashforth et al., 2008; Blau, 1964; Dutton & Dukerich, 1991; Mael & Ashforth, 1992). Weitere Theorien und Aspekte, die im Kontext dieses Themas relevant sind, lassen sich den Reviews von Gond et al. (2017) sowie Rupp und Mallory (2015) entnehmen. Zur Analyse von Zusammenhängen werden häufig Strukturgleichungsmodelle aufgestellt, die quantitativ überprüft werden (z.B. Kim et al., 2010; Jones, 2010). Folglich sind dem Faktor grundlegende Werke zu quantitativen Methoden zugeordnet (Aiken & West, 1991; Hair et al., 2010; Hayes, 2013), die sich durch einen hohen Faktorwert auszeichnen.

Tabelle 5 Thematische Sinnprovinzen der CSR-Forschung*CSR-Praktiken und Mitarbeiter*innen*

(a) Im Kern (Faktor 1/5):

Erklärte Varianz: 26.71 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Brammer et al. (2007)	0.88	1.97
Kim et al. (2010)	0.84	1.17
Rupp et al. (2006)	0.83	1.29
Jones (2010)	0.83	0.84
Turker (2009b)	0.82	1.11

(b) In der Peripherie (Faktor 1/7):

Erklärte Varianz: 16.92 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Farooq et al. (2014)	0.88	3.79
Vlachos et al. (2014)	0.87	2.29
De Roeck et al. (2014)	0.86	1.95
Rupp and Mallory (2015)	0.86	2.89
Glavas and Kelley (2014)	0.85	3.50

Korrelation zwischen CSR und CFP

(a) Im Kern (Faktor 2/5):

Erklärte Varianz: 12.92 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
McWilliams and Siegel (2000)	0.76	1.38
Waddock and Graves (1997)	0.76	2.22
Orlitzky et al. (2003)	0.74	2.59
Margolis and Walsh (2003)	0.65	1.51
McWilliams and Siegel (2001)	0.60	2.09

(b) In der Peripherie (Faktor 2/7):

Erklärte Varianz: 7.77 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Hillman and Keim (2001)	0.67	4.29
Griffin and Mahon (1997)	0.66	2.64
Godfrey et al. (2009)	0.66	3.14
Barnett and Salomon (2006)	0.63	1.65
Berman et al. (1999)	0.62	2.84

CSR-Konzeptualisierungen

(a) Im Kern (Faktor 3/5):

Erklärte Varianz: 7.02 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Carroll (1979)	0.78	3.41
Carroll (1991)	0.67	2.07
Wood (1991)	0.59	1.41
Freeman (1984)	0.57	2.13
Garriga and Melé (2004)	0.57	1.08

(b) In der Peripherie (Faktor 7/7):

Erklärte Varianz: 2.39 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Matten and Crane (2005)	0.53	3.34
Scherer and Palazzo (2007)	0.53	4.21
Scherer and Palazzo (2011)	0.49	3.56
Windsor (2006)	0.49	1.85
Davis (1960)	0.48	1.60

*CSR-Praktiken und Kund*innen*

(a) Im Kern (Faktor 4/5)

Erklärte Varianz: 4.74 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Sen and Bhattacharya (2001)	0.85	3.45
Brown and Dacin (1997)	0.83	2.59
Luo and Bhattacharya (2006)	0.76	2.29
Fornell and Larcker (1981)	0.49	1.65
Turban and Greening (1997)	0.43	1.48

(b) In der Peripherie (Faktor 3/7)

Erklärte Varianz: 5.54 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Lichtenstein et al. (2004)	0.78	4.42
Bhattacharya and Sen (2003)	0.71	2.96
Sen et al. (2006)	0.64	3.59
Vlachos et al. (2009)	0.62	1.69
Morgan and Hunt (1994)	0.62	1.70

CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen

(a) Im Kern (Faktor 5/5):

Erklärte Varianz: 4.37 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Matten and Moon (2008)	0.71	2.72
Campbell (2007)	0.68	2.27
Aguilera et al. (2007)	0.66	2.74
DiMaggio and Powell (1983)	0.61	1.78

(b) In der Peripherie (Faktor 4/7):

Erklärte Varianz: 4.35 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Oliver (1991)	0.78	5.18
Meyer and Rowan (1977)	0.77	6.95
Kostova and Zaheer (1999)	0.75	3.22
Scott (1995)	0.70	3.93
Greenwood et al. (2011)	0.65	1.98

Thematische Sinnprovinzen, die bislang nur in der Peripherie vorkommen

Skepsis von Kund*innen gegenüber CSR-Praktiken

(Faktor 5/7)

Erklärte Varianz: 2.88 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Skarmeas and Leonidou (2013)	0.70	2.99
Morsing et al. (2008)	0.63	2.24
Forehand and Grier (2003)	0.62	2.31
Du et al. (2010)	0.59	5.25
Yoon et al. (2006)	0.59	3.53

(Umweltbezogene) CSR-Praktiken als Quelle von

nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen (Faktor 6/7)

Erklärte Varianz: 2.50 %

Publikation	Faktorladung	Faktorwert
Sharma and Vredenburg (1998)	0.61	3.01
Hart (1995)	0.59	4.14
Wernerfelt (1984)	0.56	2.15
Armstrong and Overton (1977)	0.56	2.76
Jenkins (2006)	0.55	3.04

(Übersetzt nach Frerichs & Teichert, 2023, S. 242 ff.)

Eine weitere thematische Sinnprovinz besteht aus Publikationen zur *Korrelation zwischen CSR und CFP* (s. Faktor 2/5 des Kerns und Faktor 2/7 der Peripherie). Darin analysieren Forschende die Wirkungsbeziehung zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen. Im Rahmen einer jahrzehntelangen Forschung weisen Wissenschaftler*innen positive, negative sowie neutrale Korrelationen zwischen den Variablen nach (z.B. McWilliams & Siegel, 2000, 2001; McWilliams et al., 2006). Auch die Kausalität zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen wird auf Basis verschiedener Theorien diskutiert (z.B. Waddock & Graves, 1997). Studienergebnisse werden in Publikationen des Kerns und der Peripherie zusammengefasst und kritisch reflektiert (z.B. Griffin & Mahon, 1997; Margolis & Walsh, 2003). In weiteren Studien der Peripherie wird die Messung der Beziehung spezifiziert (z.B. Barnett & Salomon, 2006; Berman et al., 1999; Hillman & Keim, 2001; Godfrey et al., 2009). Insgesamt werden in Reviews und Metaanalysen überwiegend positive Korrelationen zwischen sozialen und finanziellen Leistungsdeterminanten nachgewiesen (z.B. Orlitzky et al., 2003). Gemäß der Ressourcen-Slack-Theorie wird die soziale Leistung durch finanzielle Leistungsgrößen positiv beeinflusst. Soziale Initiativen fördern wiederum den künftigen Shareholder-Value von Organisationen (Waddock & Graves, 1997). Dies wird überwiegend mittels der Stakeholder-Theorie erklärt, sodass vor allem Stakeholder-Ansätze die Forschung innerhalb dieser Sinnprovinz prägen (z.B. Donaldson & Preston, 1995).

Die strategische Ausrichtung der CSR-Forschung wird darüber hinaus in einer weiteren Sinnprovinz der Peripherie deutlich, in der gezeigt wird, dass *(umweltbezogene) CSR-Maßnahmen als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile* fungieren (s. Faktor 6/7 der Peripherie). In dem Kontext werden Wirkungsbeziehungen untersucht, wie zum Beispiel zwischen umweltbezogenen CSR-Maßnahmen, Ressourcen und Fähigkeiten sowie Wettbewerbsvorteilen und ökonomischen Leistungen von Organisationen (z.B. Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998; Surroca et al., 2010). Studien basieren vor allem auf dem Resource-based-View und dem Natural-Resource-based-View, weshalb theoretische Grundlagenwerke von Barney (1991), Wernerfelt (1984) und Hart (1995) die Forschung dieser Sinnprovinz prägen. Insgesamt trägt die Forschung zum Verständnis bei, warum CSR-Initiativen aus ressourcenorientierter Perspektive für Organisationen in strategischer Hinsicht wertvoll sind (Branco & Rodrigues, 2006). Die Analyse von CSR-Aspekten aus einer Ressourcenperspektive eignet sich besonders für die Untersuchung von CSR-Initiativen in kleinen und mittelständischen Unternehmen, da diese sich in Bezug auf ihre Ressourcen von großen Organisationen unterscheiden (Jenkins, 2006; Lepoutre & Heene, 2006).

Die in 2.1.1 beschriebenen *CSR-Konzeptualisierungen* von Carroll (1979, 1991) und Wood (1991) gehören zu der thematischen Sinnprovinz, in der die Konzeption der gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen diskutiert wird (s. Faktor 3/5 des Kerns). Zu den Kern-Artikeln gehören folglich auch Übersichtsartikel zu CSR-Definitionen (Carroll, 1999) sowie zu verschiedenen Theorie-Gruppen, nach denen die gesellschaftliche Rolle von Organisationen unterschiedlich konzeptualisiert wird (Garriga & Melé, 2004). Freemans Stakeholder-Ansatz (1984) prägt diese Sinnprovinz, da CSP-Modelle dadurch theoretisch untermauert werden (Clarkson, 1995). In der Peripherie befinden sich weitere Werke zur Stakeholder-Theorie (Freeman et al., 1994, Freeman et al., 2004), aber auch zum Shareholder-Ansatz (Friedman, 1962), sodass die konträren Sichtweisen zwischen ethischen und ökonomischen Ansätzen deutlich werden (z.B. Windsor, 2006). Außerdem umfasst die Peripherie weitere grundlegende Publikationen über die Analyse der gesellschaftlichen Rolle von Organisationen (z.B. Bowen, 1953; Davis, 1960, 1973; Sethi, 1975).

Am meisten wird die Peripherie allerdings von Publikationen repräsentiert und beeinflusst, in denen die politische Rolle von Organisationen beschrieben wird (Scherer & Palazzo 2007, 2011) (s. Faktor 7/7 der Peripherie). In diesem Kontext wird herausgestellt, dass die klassische Aufteilung zwischen Unternehmen und dem Staat als ökonomische und politische Akteur*innen mit abnehmender Macht des Staates nicht mehr adäquat sei. Gemäß dem Corporate-Citizenship-Ansatz fungieren Organisationen folglich als Vermittler*innen von Bürgerrechten, die eigentlich von Regierungen verwaltet werden (Matten & Crane, 2005; Windsor, 2006). In der Peripherie finden sich Ansätze, die sich von der überwiegenden funktionalistischen CSR-Forschung unterscheiden. Den Corporate-Citizenship-Ansatz sowie die politische Konzeptualisierung von CSR nach Habermas werden im Beitrag von Scherer und Palazzo (2007, S. 1113) der postpositivistischen Forschung zugeordnet und von Carrolls (1979, 1991) und Woods (1991) positivistischen CSP-Modellen abgegrenzt. Wie ich in 2.2.3 betone, gehören Ansätze, die auf Habermas beruhen, zur ideologiekritischen Managementforschung (Alvesson & Deetz, 1999; Sieben, 2007b, S. 98).

In einer weiteren Sinnprovinz geht es um die Fragen, wann, wie und warum *CSR-Praktiken Einstellungen und Verhaltensweisen von Kund*innen* beeinflussen (z.B. Sen & Bhattacharya, 2001) (s. Faktor 4/5 des Kerns und Faktor 3/7 der Peripherie). In den Studien des Kerns analysieren Forscher*innen, wie sich wahrgenommene CSR-Aspekte auf Produkteinschätzungen (Brown & Dacin, 1997) und Unternehmensbewertungen sowie auf Kaufabsichten auswirken (Sen & Bhattacharya, 2001). Außerdem wird untersucht, wie CSR-Initiativen den Marktwert von Unternehmen durch den mediierenden Effekt der Kundenzufriedenheit beein-

flussen (Luo & Bhattacharya, 2006). Überwiegend wird nachgewiesen, dass sich CSR-Initiativen positiv auf Kundenbewertungen auswirken (z.B. Sen & Bhattacharya, 2001). In Publikationen des Kerns und der Peripherie werden die Mechanismen und beeinflussenden Faktoren der genannten Wirkungsbeziehungen konkretisiert. Zu den untersuchten Mediatoren gehören Verbraucher*innen-Vertrauen (z.B. Morgan & Hunt, 1994; Vlachos et al., 2009) sowie die Identifizierung von Kund*innen mit Organisationen (z.B. Bhattacharya & Sen, 2003; Lichtenstein et al., 2004). Differenziert wird zwischen werte- und gewinnorientierten CSR-Motiven, die von Verbraucher*innen unterschiedlich bewertet werden (Vlachos et al., 2009). Die Wirkungsbeziehungen werden überwiegend mittels quantitativer Methoden untersucht, weshalb Methodenwerke quantitativer Verfahren diesem Faktor zugeordnet werden (Anderson & Gerbing, 1988; Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 1998). Insgesamt steht die strategische CSR-Integration im Fokus, die als Marketinginstrument zur Erreichung organisationaler Ziele fungiert (Bhattacharya & Sen, 2004).

Daran anknüpfend identifiziere in der Peripherie eine weitere thematische Sinnprovinz über die *Skepsis von Kund*innen*²⁷, die (noch) nicht zum Kern der CSR-Forschung gehört (s. Faktor 5/7 der Peripherie). Aufgrund von unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln (Lange & Washburn, 2012) und Greenwashing-Taktiken (Delmas & Burbano, 2011) bezweifeln Kund*innen die Aufrichtigkeit von CSR-Initiativen (z.B. Skarmeas & Leonidou, 2013). Die Bewertung von CSR-Maßnahmen hängt von Motiven ab, welche Kund*innen dem Unternehmer*innen zuschreiben (z.B. Forehand & Grier, 2003; Skarmeas & Leonidou, 2013; Yoon et al., 2006). Daher basieren Studien dieser Sinnprovinz auf der Attributionstheorie (Jones & Davis, 1965; Kelley, 1973), um zu erklären, wie Menschen Ursachen für Ereignisse zuschreiben und wie diese Wahrnehmungen Einstellungen und Verhaltensweisen beeinflussen (z.B. Skarmeas & Leonidou, 2013). Ergebnisse zeigen, dass Kund*innen CSR-Initiativen auf Basis von werteorientierten und strategischen Motiven positiver bewerten als Maßnahmen, die aus egoistischen und Stakeholder-orientierten Gründen umgesetzt werden (z.B. Ellen et al., 2006). Anstatt unternehmerisches Fehlverhalten aufzudecken und kritisch zu beleuchten, liegt der Fokus auf der Entwicklung von Kommunikationsstrategien, um negative unternehmerische Folgen einer steigenden Verbraucher*innen-Skepsis einzudämmen (z.B. Du et al., 2010; Morsing & Schultz, 2006).

Schließlich werden *CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen* untersucht (s. Faktor 5/5 des Kerns und Faktor 4/7 der Peripherie). Im Kern befinden sich konzeptionelle Studien, in denen Forscher*innen den Einfluss institutioneller Faktoren auf ein sozial

²⁷ In meiner Arbeit wird keine Differenzierung zwischen Kund*innen, Konsument*innen und Verbraucher*innen vorgenommen. Die Begriffe werden als Synonyme verwendet.

verantwortliches Unternehmer*innen-Handeln untersuchen. Während Campbell (2007) institutionelle Faktoren als Treiber fokussiert, zeigen Aguilera et al. (2007), wie Faktoren auf verschiedenen Ebenen Organisationen zur Umsetzung von CSR-Praktiken treiben. DiMaggios und Powells (1983) neo-institutionalistischer Ansatz zu isomorphen Prozessen fungiert als theoretische Grundlage dieser thematischen Sinnprovinz. Auf dieser Basis zeigen Matten und Moon (2008), warum und wie sich CSR-Praktiken in verschiedenen Kontingenten unterscheiden. Durch regulative, normative und kognitive Prozesse gleichen sich organisationale Praktiken in Länderkontexten an. Diese werden in den verschiedenen Kontexten institutionalisiert, da sie als legitim angesehen werden. In der Peripherie finden sich weitere grundlegende institutionalistische Ansätze (z.B. Meyer & Rowan, 1977; North, 1990; Oliver, 1991; Scott, 1995) sowie ländervergleichende CSR-Studien (z.B. Chapple & Moon, 2005; Doh & Guay, 2006). Vor dem Hintergrund, dass Organisationen wie multinationale Unternehmen in mehreren institutionellen Kontexten eingebettet sind (Kostova & Zaheer, 1999), wird in der Peripherie untersucht, wie Manager*innen auf teilweise widersprüchliche institutionelle Anforderungen reagieren (z.B. Greenwood et al., 2011). Die Auswirkungen komplexer institutioneller Anforderungen werden zum Beispiel in Olivers Ansatz (1991) berücksichtigt, der die institutionelle Theorie mit der Resource-Dependence-Theorie (Pfeffer & Salancik, 1978) anreichert (Pache & Santos, 2010). Politisierende Forschungsperspektiven bereichern die thematische Sinnprovinz. Zum einen werden Auswirkungen konfliktärer Interessen unter Berücksichtigung ungleicher Machtverhältnisse aufgezeigt (Pache & Santos, 2010). Zum anderen wird kritisiert, dass unternehmerische Interessen auf Kosten gesellschaftlicher Belange durchgesetzt werden (Bondy et al., 2012).

3.3.3 Trends der CSR-Forschung

Zur Identifizierung von Trends zeige ich im Folgenden, wie sich die Relevanz der thematischen Sinnprovinzen über einen Zeitraum von 15 Jahren entwickelt. Um die Relevanz einer thematischen Sinnprovinz im Zeitverlauf zu bestimmen, analysierte ich, wie häufig diese von den 1902 zitierenden Artikeln, die zwischen 1994 und 2020 publiziert wurden, referenziert werden. Die größere Aktualität der zitierenden Artikel im Vergleich zu den zitierten Publikationen ermöglicht es, Trends zu erkennen. Während die Anteile der Zitationen der Kern-Publikationen im Zeitverlauf in der Abbildung 2 verdeutlicht werden, geht die Relevanz der thematischen Sinnprovinzen der Peripherie aus der Abbildung 3 hervor.

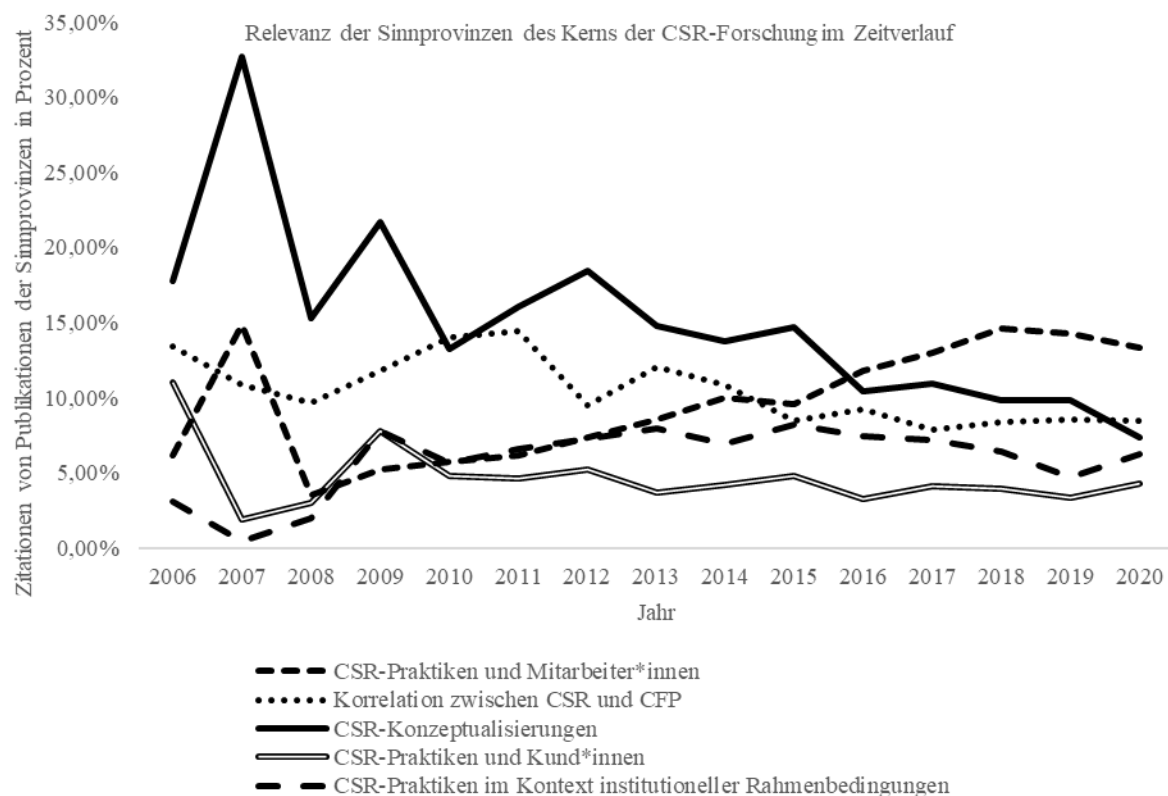


Abbildung 2 Relevanz der Sinnprovinzen des Kerns der CSR-Forschung zwischen 2006 und 2020
(Übersetzt nach Frerichs & Teichert, 2023, S. 247)

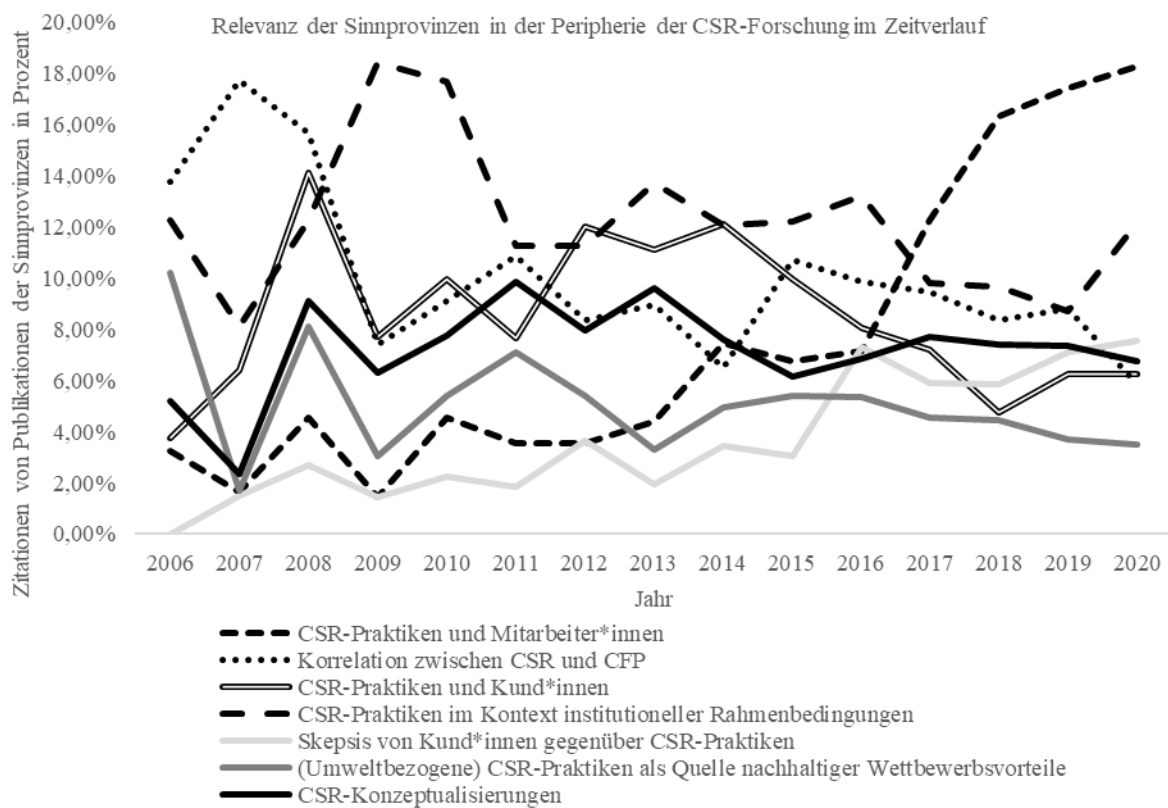


Abbildung 3 Relevanz der Sinnprovinzen der Peripherie der CSR-Forschung zwischen 2006 und 2020
(Übersetzt nach Frerichs & Teichert, 2023, S. 247)

Die Ergebnisse zeigen vor allem die steigende Bedeutung von Publikationen zum Einfluss von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende. Seit 2017 gehören sowohl Kern- als auch periphere Publikationen dieser thematischen Sinnprovinz zu den meistzitierten Werken meines Datensatzes. Besonders in der Peripherie zeigt sich ein starker Anstieg seit 2016. Dies steht im Einklang mit vorherigen Forderungen nach einer stärkeren Fokussierung von CSR-Aspekten auf der Mikroebene (Agunis & Glavas, 2012; Frynas & Yamahaki, 2016), die zu einer zunehmenden psychologischen Mikrofundierung der CSR-Forschung führt (Gond et al., 2017). Im Gegensatz dazu nimmt die Anzahl der Zitationen von Publikationen zur Korrelation zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen ab. Während Veröffentlichungen dieser Sinnprovinz bis 2008 von den peripheren Publikationen noch am meisten zitiert werden, gehören diese 2020 zu den weniger häufig referenzierten Werken.

Damit einhergehend nimmt die Bedeutung von strategischen, ressourcenorientierten Artikeln, in denen CSR als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile aufgefasst wird, ebenfalls ab. Seit 2016 werden diese Artikel von allen Publikationen der Peripherie am seltensten zitiert.

Die Anzahl der Zitationen von grundlegenden Werken, in denen die Konstrukte CSR und CSP konzeptualisiert werden, nehmen im Zeitverlauf ebenfalls ab, auch wenn es sich bei diesen Werken bis 2015 um die meistzitierten Publikationen des Kerns handelt.

Im Gegensatz zur abnehmenden Relevanz grundlegender CSR und CSP-Modelle geht aus den Ergebnissen ein Bedeutungszuwachs politischer CSR-Konzeptualisierungen hervor. Publikationen über die politische Rolle von Organisationen werden in meinem Datensatz 2020 häufiger zitiert als noch 2006. Ein erheblicher Zitationsanstieg erfolgt in 2008, nachdem grundlegende Werke wie Scherers und Palazzos (2007) postpositivistische, politische CSR-Konzeptualisierung veröffentlicht wurden.

Ein ähnliches gegenläufiges Muster zeigt sich im Hinblick auf Zitationen von Artikeln, in denen Kund*innen im Fokus stehen. Während Artikel über positive Auswirkungen von CSR-Praktiken an Bedeutung verlieren, steigt aufgrund zunehmend bekanntwerdender Unternehmensskandale die Relevanz von Publikationen über die zunehmende Skepsis von Kund*innen gegenüber CSR-Initiativen. Der ansteigende Trend lässt vermuten, dass diese periphere Sinnprovinz künftig eine zentralere Rolle im CSR-Forschungsfeld einnehmen wird. Wie ich in 3.3.2 zeige, besteht der Fokus innerhalb dieser Sinnprovinz trotz des kritischen Potentials darin, zu erforschen, mit welchen Strategien die negativen Folgen der zunehmenden Verbraucher*innen-Skepsis zur Sicherung der Funktionsfähigkeit von Organisationen abgewendet werden können.

Kern-CSR-Publikationen zu institutionellen Rahmenbedingungen werden in meinem Datensatz 2020 häufiger zitiert als 2006 mit einem starken Anstieg der Zitationen zwischen 2007 und 2009. Periphere CSR-Publikationen dieser Sinnprovinz gehören zwischen 2009 und 2011 zu den meistzitierten Werken der Peripherie. Schließlich deutet der Vergleich der Zitationen sowohl von Kern- als auch von peripheren Publikationen zwischen 2019 und 2020 auf eine ansteigende Bedeutung dieser Sinnprovinz hin.

Insgesamt steigt die Bedeutung der Sinnprovinzen zu den Auswirkungen von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende, zur Skepsis von Verbraucher*innen sowie zu politischen CSR-Konzeptualisierungen. Auch die Anzahl der Zitationen von Publikationen zu CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Faktoren steigt zwischen 2019 und 2020. Hingegen nimmt die Relevanz von grundlegenden Werken ab, in denen die Konstrukte CSR und CSP konzeptualisiert werden. Schließlich sinkt auch die Anzahl der Zitationen von Publikationen zur Korrelation zwischen CSR und CFP sowie von Artikeln, in denen CSR-Maßnahmen aus einer strategischen, ressourcenorientierten Perspektive als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile aufgefasst werden.

3.3.4 Zusammenfassung und Reflektion

Eine Zusammenfassung der Merkmale der thematischen Sinnprovinzen geht aus der Tabelle 6 hervor. Die Merkmale umfassen die Fokusse der thematischen Sinnprovinzen, die überwiegenden Methoden sowie unterrepräsentierte Forschungsschwerpunkte und bereichernde Ansätze. Ausgehend von den Fokussen innerhalb der thematischen Sinnprovinzen gehe ich im Folgenden vor allem auf Lücken ein.

Wie ich in 3.3.2 zeige, geht es in mitarbeiterorientierten Beiträgen hauptsächlich darum, quantitativ zu messen, wie wahrgenommene CSR-Maßnahmen Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Arbeitnehmer*innen positiv beeinflussen. Nicht fokussiert wird jedoch, welche negativen Auswirkungen unternehmerisches Fehlverhalten auf Mitarbeitende hat. Außerdem wird in den meistzitierten Publikationen auch nicht beachtet, wie Wahrnehmungen und Handlungen von Mitarbeitenden CSR-Implementierungsprozesse beeinflussen. Dies könnte auf Basis von Theorien wie zum Beispiel dem Strategy-as-Practice-Approach (Whittington, 1996), Employee-Voice-Ansätzen (LePine & van Dyne, 1998) oder der Sensemaking-Theorie (Weick, 1993, 1995) untersucht werden.

Die Analyse der Korrelation zwischen CSR und CFP kann durch kritische Ansätze bereichert werden. Mit dem bisherigen Fokus auf der quantitativen Messung der Wirkungsbeziehungen

Tabelle 6 Merkmale der thematischen Sinnprovinzen, Lücken und Ausblick für weitere CSR-Forschung

Thematische Sinnprovinz	Fokus	Überwiegende Methode	Unterrepräsentierte Forschungsrichtungen	Bereichernde theoretische Ansätze
CSR-Praktiken und Mitarbeiter*innen	Analyse von Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Mitarbeitenden	Quantitativ	Analyse der Auswirkungen von unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln auf Mitarbeitende, prozessorientierte Analysen des Einflusses von Mitarbeitenden im CSR-Implementierungsprozess	Strategy-as-Practice-Ansatz, Sensemaking-Theorie, Institutional-Work-Perspektive, Employee-Voice-Ansatz
Korrelation zwischen CSR und CFP	Analyse von Korrelationen zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen	Quantitativ	Aufdecken von Paradoxien zwischen ökonomischen und ethischen Zielen	Diskurstheoretische Ansätze zu organisationalen Paradoxien
(Umweltbezogene) CSR-Praktiken als Quelle von Wettbewerbsvorteilen	Analyse der Korrelationen zwischen (umweltbezogenen) CSR-Praktiken, Ressourcen, Fähigkeiten und nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen von Organisationen	Konzeptionell; quantitativ	Analyse von sozialen Leistungsgrößen	Ressourcenbasierte Ansätze zur Generierung sozialer Leistungen
CSR-Konzeptualisierungen	Herleitung von CSR-Dimensionen und CSP-Modellen zur Beschreibung der sozialen Verantwortung und politischen Rolle von Organisationen	Konzeptionell	Durchführung von empirischen Analysen zur politischen Rolle von Organisationen, Vergleich von CSR-Initiativen, die auf Basis verschiedener CSR-Konzeptualisierungen und verwandter Konzepte umgesetzt werden	Weitere politische CSR-Konzeptualisierungen auf Basis demokratischer Prinzipien
CSR-Praktiken und Kund*innen	Analyse von Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Kund*innen	Quantitativ	Analyse der Auswirkungen von unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln auf Kund*innen, Analyse von Kund*innen als Treiber des sozialen Wandels	Kritische Theorien
Skepsis von Kund*innen gegenüber CSR-Praktiken	Herleitung von Strategien zur Abmilderung negativer Folgen einer zunehmenden Verbraucher*innen-Skepsis	Quantitativ	Aufdecken von Greenwashing-Taktiken, vor allem in kontroversen Industrien	Kritische Theorien
CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen	Analyse des Einflusses institutioneller Faktoren auf die CSR-Implementierung, vor allem in westlichen Industriestaaten	Konzeptionell	Analyse von CSR-Praktiken in Entwicklungs-, Schwellen-, Transformations- und postkolonialen Ländern	Kritische Theorien, wie feministische und postkoloniale Ansätze

(Übersetzt und überarbeitet nach Frerichs & Teichert, 2023, S. 250 f.)

zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen werden Konflikte zwischen ethischen und ökonomischen Zielen harmonisiert. Abgrenzend dazu könnten Paradoxien (Stohl & Cheney, 2001; Trethewey & Ashcraft, 2004) im Rahmen politikorientierter Ansätze stärker beleuchtet werden.

Ressourcenorientierte Beiträge erweitern die Forschung zur Messung der Korrelation zwischen CSR und CFP. Darin wird nachgewiesen, dass CSR-Maßnahmen als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile fungieren. Hingegen werden gesellschaftliche Folgen von CSR-Initiativen für bestimmte soziale Akteur*innen noch immer zu wenig beachtet (Rupp et al., 2024, S. 12). Dies wird durch die bibliometrische Auswertung der CSR-Forschung bestätigt. In den meistzitierten strategischen CSR-Publikationen wird vor allem untersucht, welche organisationalen Effekte durch CSR-Maßnahmen erzielt werden können. In Abgrenzung dazu wären vor allem Ansätze bereichernd, in denen untersucht wird, wie CSR-Initiativen die Erreichung gesellschaftlicher Ziele beeinflussen. Um Wirkungsprozesse zu verstehen, eignen sich vor allem qualitative Ansätze wie Fallstudien (Eisenhardt, 1989).

Diese Art von qualitativen Studien sind auch aussichtsreich, um in ausgewählten Fällen zu untersuchen, welche Probleme entstehen, wenn soziale Initiativen auf Basis von Prinzipien positivistischer CSR-Verständnisse umgesetzt werden. Solche Erkenntnisse wären hilfreich, um die Anwendbarkeit und die soziale Wirkung der meistzitierten CSR-Konzeptualisierungen (Carroll, 1979, 1991; Wood, 1991) kritisch zu hinterfragen. Bereichert wird die Forschung durch postpositivistische, politische CSR-Konzeptualisierungen (Scherer & Palazzo 2007, 2011), die auf demokratischen Prinzipien basieren und in der Peripherie auftreten. Die Forschung zur politischen Rolle von Organisationen wird allerdings selbst innerhalb der zitierten Artikel von konzeptionellen Beiträgen dominiert (z.B. Wickert, 2016). Daher sollten vor allem empirische Studien durchgeführt werden, um Wirkungen politischer CSR-Konzeptualisierungen am Beispiel ausgewählter Fälle zu untersuchen.

In der CSR-Marketing-Forschung besteht die Zielsetzung darin, zu zeigen, dass wahrgenommene CSR-Maßnahmen Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Kund*innen positiv beeinflussen. Auswirkungen von unternehmerischem Fehlverhalten werden im Rahmen dieser Publikationen zu wenig berücksichtigt. Daher wird die Sinnprovinz angereichert durch Publikationen der Peripherie, in denen die wachsende Skepsis von Kund*innen als Folge zunehmender Unternehmensskandale beleuchtet wird. Dies wird jedoch funktionalistisch erforscht mit dem Fokus darauf, wie Unternehmer*innen negative Folgen von Reputationsschäden durch Kommunikationsstrategien eingrenzen können (z.B. Du et al., 2010). In Abgrenzung dazu sind im Datensatz politikorientierte Publikationen unterrepräsentiert, in denen

Greenwashing-Taktiken zum Beispiel in umwelt- und gesundheitsschädlichen Branchen aufgedeckt werden.

Publikationen zu CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen umfassen unter anderem ländervergleichende Studien (z.B. Matten & Moon, 2008). Unter den meistzitierten Referenzen dieser Sinnprovinz überwiegen Publikationen, in denen CSR-Aspekte in westlichen Industriestaaten verglichen werden (z.B. Doh & Guay, 2006; Jackson & Apostolakou, 2010; Maignan & Ralston, 2002). Hingegen finden sich in dem Datensatz nur wenige Studien, in denen Forscher*innen CSR-Fragen im Kontext von östlichen Gebieten (z.B. Chapple & Moon, 2005) und vor allem in Entwicklungsländern untersuchen (Husted & Allen, 2006). Analysen zu CSR-Praktiken in Entwicklungs-, Schwellen-, Transformations- und postkolonialen Ländern würden die CSR-Forschung bereichern. Aus der Analyse dieser Sinnprovinz gehen zwei CSR-Beiträge hervor, in denen CSR-Aspekte auch aus politisierender Perspektive erforscht werden (Bondy et al., 2012; Pache & Santos, 2010). Daran anknüpfend bedarf es weiteren politikorientierten Studien.

Insgesamt wird durch die bibliometrische Auswertung der hohe Anteil funktionalistischer Studien im CSR-Forschungsfeld bestätigt. Charakteristisch für die funktionalistische Forschungsperspektive sind Studien, in denen Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Leistungsgrößen sowie auf Einstellungen und Verhaltensweisen von Stakeholder-Gruppen gemessen werden. Außerdem identifiziere ich im Kern des Forschungsfeldes funktionalistische CSR-Konzeptualisierungen (Carroll, 1979, 1991; Wood 1991), die Scherer und Palazzo (2007, S. 1113) der positivistischen Forschung zuordnen. Davon unterscheiden sich politikorientierte Beiträge der Peripherie, in denen politische CSR-Konzeptualisierungen betrachtet werden (Scherer & Palazzo, 2007).

Im Rahmen der abschließenden Reflektion stelle ich heraus, dass die Analyse auf Publikationen basiert, die innerhalb des Datensatzes mindestens 30-mal referenziert werden. Dies sind Beiträge, die im Forschungsfeld eine hohe Relevanz haben, was durch eine hohe Anzahl an Zitationen und Ko-Zitationen deutlich wird (Clauß, 2013, S. 38; Pilkington & Meredith, 2009, S. 187). Problematisch ist, dass die Erkenntnisse aus weniger häufig zitierten Publikationen nicht in die Analyse einfließen; dies sind gerade Ansätze, die nicht der häufig zitierten funktionalistischen Mainstream-Forschung angehören. Um vor allem politikorientierte Beiträge berücksichtigen zu können, führe ich eine qualitative Inhaltsanalyse von CSR-Studien durch, die innerhalb eines Jahres publiziert wurden. Somit werden Beiträge unabhängig von der Zitationshäufigkeit einbezogen. Das Ziel besteht darin, aufzuzeigen, wie CSR-Aspekte aus verschiedenen Forschungsperspektiven erforscht werden.

4 Qualitative Inhaltsanalyse zu Perspektiven der CSR-Forschung

4.1 Vorbemerkungen zur qualitativen Inhaltsanalyse

In diesem Kapitel beschreibe ich die qualitative Inhaltsanalyse meiner Arbeit. Die Anwendung dieser Methode im Anschluss an die bibliometrische Analyse ist hauptsächlich aus zwei Gründen sinnvoll. Erstens werden weniger häufig zitierte Publikationen durch die Anwendung bibliometrischer Methoden nicht erfasst und somit politikorientierte Ansätze nicht ausreichend berücksichtigt. Verallgemeinernd wird davon ausgegangen, dass sich ca. 80 Prozent der Zitationen lediglich auf 20 Prozent der Publikationen eines Datensatzes beziehen (Haustein & Larivière, 2015, S. 128). In meiner Analyse wendete ich die bibliometrischen Methoden auf Publikationen an, die mindestens 30-mal innerhalb des Datensatzes zitiert werden (s. 3.2.1). Hierbei handelt es sich um 291 Referenzen von 1902 Artikeln. Erkenntnisse weniger häufig zitierter Veröffentlichungen bleiben somit unberücksichtigt. Im Allgemeinen sind auch aktuellere Publikationen in bibliometrischen Analysen aufgrund noch geringer Zitationen unterrepräsentiert (Frerichs & Teichert, 2023, S. 253).

Zweitens kommt eine paradigmatische Betrachtung einzelner Publikationen zu kurz. Die identifizierten Themen basieren auf einem informellen Forschungsnetzwerk von Wissenschaftler*innen, die gemeinsame Forschungsinteressen teilen (Ji et al., 2022, S. 330; Zupic & Čater, 2015, S. 431). Durch die Anwendung bibliometrischer Methoden werden thematische Sinnprovinzen des Forschungsfeldes sichtbar (s. 3.3.2). Diese Themen geben allerdings noch keinen Aufschluss über die diskursiven Orientierungen einzelner Publikationen (vgl. ähnlich auch Kornau et al., 2020, S. 149). Dies lässt sich anhand des folgenden Beispiels verdeutlichen. Frerichs und Teichert (2023, S. 246) beschreiben „CSR and consumer skepticism“ als ein Thema, welches auf Publikationen basiert, in denen kritische Konsument*innen-Einstellungen gegenüber CSR-Initiativen analysiert werden. Obwohl es sich hierbei um ein kritisches Thema handelt, in dem Kund*innen die Aufrichtigkeit von CSR-Initiativen hinterfragen, wird dieses Thema hauptsächlich aus funktionalistischer Perspektive untersucht (Frerichs & Teichert, 2023, S. 252). So geht es darum, effektive Kommunikationsstrategien gegenüber Stakeholdern aufzuzeigen, um Konsument*innen-Zuschreibungen von CSR-Motiven positiv zu beeinflussen (Du et al., 2010). Abgrenzend dazu würden politikorientierte Forschungsperspektiven das Thema bereichern (Frerichs & Teichert, 2023, S. 246). Insgesamt wird deutlich, dass das Identifizieren von Themen auf Basis von Ko-Zitations- und Faktoranalysen für eine methodologische, paradigmatische Untersuchung zu kurz greift.

Dafür bedarf es stattdessen einer qualitativen Inhaltsanalyse, bei der einzelne Publikationen nach ihrem Forschungsziel und ihrem Forschungsweg gemäß dem Kompass der Managementforschung nach Sieben (2007a, b) ausgewertet werden. Dadurch können unterschiedliche Forschungsperspektiven herausgestellt werden, die gemäß Deetz (1996) und Sieben (2007a, b) diskursive Orientierungen darstellen. Hierbei handelt es sich um „different ways of articulating arguments and engaging in research practices, and as discourses that scholars produce and reproduce in the very process of doing research“ (Sieben, 2007a, S. 566). Die Publikation von Kornau et al. (2020) ist ein Beispiel für eine Analyse von Studien, die auf dem Kompass der Managementforschung von Sieben (2007a, b) basiert. Darin werden Forschungsperspektiven von IHRM-Artikeln untersucht. Den methodischen Zugang begründen Kornau et al. (2020, S. 149 – Anm.d.Verf.) wie folgt: „While (...) [other] reviews offer an overview of broad patterns in IHRM, they do not offer an in-depth analysis that could assist researchers understand the nature and discursive orientation of specific studies“. In Anlehnung an Kornau et al. (2020, S. 151) verstehe ich gemäß Foucault (1980) die CSR-Forschung in diesem Analyseschritt als „a site of knowledge production that is not independent of previously generated knowledge and existing power relations“. Somit lässt sich meine qualitative Inhaltsanalyse der poststrukturalistischen Forschungsperspektive zuordnen.

Auf Basis der Diskurstheorie Foucaults fasse ich das CSR-Forschungsfeld als einen Diskurs und die darin identifizierten Themen als Diskursstränge auf. Gemäß Jäger (2004, S. 78 – i.O.herv.) können Diskurse verstanden werden als „Flüsse bzw. Abfolgen von oft auch raumübergreifenden sozialen Wissensvorräten durch die Zeit“. Diskursstränge wiederum bestehen aus einzelnen Diskursfragmenten. Dabei handelt es sich um Textteile zu einem bestimmten Thema. Somit lassen sich Diskursstränge zusammenfassend definieren als „Abfolgen von Mengen thematisch einheitlicher Diskursfragmente, oder anders: Thematisch einheitliche Wissensflüsse durch Zeit und Raum“ (Jäger, 2004, S. 81).

In Anlehnung an Kornau et al. (2020) beleuchte ich CSR-Artikel nach ihrem Forschungsziel und ihrem Forschungsweg auf Basis des Kompasses der Managementforschung (Sieben, 2007a, b). Dies ermöglicht es mir, diskursive Orientierungen in Diskurssträngen zu identifizieren und aufzuzeigen, wie diese mit Forschungspraktiken wie der Wahl von Methoden und Theorien zusammenhängen. Orientiert an Kornau et al. (2020) trage ich auch dazu bei, die Bedeutung von Artikeln mit politikorientierter Perspektive im CSR-Diskurs außerhalb der Mainstream-Forschung aufzuzeigen.

4.2 Methode

4.2.1 Datengenerierung und Datenbasis

Die Datengenerierung für die qualitative Inhaltsanalyse (s. Tabelle 7) ähnelte der Erstellung der Datenbasis zur Anwendung bibliometrischer Methoden (s. 3.2.1), sodass ich den Prozess der Datengenerierung vergleichend dazu beschreibe. Im Unterschied zur bibliometrischen Analyse wurden nicht die am häufigsten zitierten Referenzen des Datensatzes untersucht, sondern einzelne Studien ausgewertet. Unabhängig von der Zitationshäufigkeit wurden somit CSR-Artikel mit Organisationsbezug analysiert, die innerhalb eines Jahres publiziert wurden. Dadurch konnte ich sicherstellen, dass auch weniger häufig zitierte Artikel und somit politikorientierte Sichtweisen im Forschungsfeld in die Analyse einbezogen wurden. Da die Erhebung im SSCI am 22.11.2019 stattfand, betrachtete ich die Publikationen aus dem bis dahin abgeschlossenen Publikationsjahr 2018.

Wie bei der bibliometrischen Analyse wählte ich die Suchbegriffe „corporate social responsibility“ AND „organization*“. Durch die Einstellung „Topic“ wurde im Titel, in der Kurzzusammenfassung, in den Autor*innen-Stichwörtern sowie in den zusätzlich hinzugefügten Stichwörtern der Datenbank nach den Begriffen gesucht. Dies ergab eine Trefferanzahl von 374 Publikationen. Die zusätzliche Fokussierung auf englischsprachige Artikel reduzierte die Anzahl der Publikationen auf 345 Artikel. Durch die Sichtung der Titel, Kurzzusammenfassungen und Autor*innen-Stichwörter wurde sichergestellt, dass in den Artikeln CSR im Fokus steht. Ich bezog Studien mit in die Analyse ein, wenn die Begriffe Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbiale Verwendung in den Autor*innen-Stichwörtern oder sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung genannt sind. Liegen keine Autor*innen-Stichwörter vor, wurden die Artikel einbezogen, wenn die oben genannten Begriffe entweder im Titel oder in der Kurzzusammenfassung vorkommen. Dies gleicht dem Regelwerk, welches ich zur Datengenerierung im Rahmen der bibliometrischen Analyse anwendete.

Der Organisationsbezug wurde wie in der Datengenerierung der bibliometrischen Analyse durch den Suchbegriff „organization*“ hergestellt. In der Sichtung der Titel, Kurzzusammenfassungen und Autor*innen-Stichwörter der 345 Artikel achtete ich darauf, dass dort Begriffe genannt sind wie Business, Management, Company(ies), Firm(s), (Multinational) Enterprise(s), Leader(s), Leadership, Customer(s), Employee(s), Work oder Labor.

Tabelle 7 Kriterien zum Ein- und Ausschluss von Publikationen in die qualitative Inhaltsanalyse

Datenbasis	Empirische CSR-Studien mit Organisationsbezug, die in einem Publikationsjahr veröffentlicht wurden
Publikationsjahr	2018
Datenbank	SSCI
Suchbegriffe	„corporate social responsibility“ AND „organization*“
Einschlusskriterien	➤ Englischsprachige, begutachtete Artikel ➤ CSR steht thematisch im Fokus des Artikels. ➤ Beim Vorliegen von Autor*innen-Stichwörtern: ➤ CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbale Verwendung ist in den Autor*innen-Stichwörtern oder sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung genannt. ➤ Oben genannte CSR-Begriffe sind zwar nicht in den Autor*innen-Stichwörtern oder im Titel und in der Kurzzusammenfassung genannt, sind aber dennoch relevant. ➤ Liegen keine Autor*innen-Stichwörter vor: ➤ CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbale Verwendung ist im Titel oder in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ CSR wird im Artikel im Kontext von Organisationen analysiert. ➤ Empirische Studien, in denen nicht die systematische Zusammenfassung des Forschungsfeldes im Fokus steht
Ausschlusskriterien	➤ CSR steht thematisch nicht im Fokus. ➤ Beim Vorliegen von Autor*innen-Stichwörtern: ➤ CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbale Verwendung ist nicht in den Autor*innen-Stichwörtern oder sowohl im Titel als auch in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ Oben genannte CSR-Begriffe werden in den Autor*innen-Stichwörtern oder im Titel und in der Kurzzusammenfassung aufgelistet, stehen aber nicht im Fokus. ➤ Liegen keine Autor*innen-Stichwörter vor: ➤ CSR/Organizational/Corporate (Social) (Ir)Responsibility/Performance sowie deren adjektivische und adverbale Verwendung ist nicht im Titel oder in der Kurzzusammenfassung des Artikels genannt. ➤ Konzeptionelle Studien ➤ Reviews

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Sweeney et al., 2019, Appendix S2, S. 118, 136 sowie Murawski, 2021, S. 339)

In der Abbildung 4 wird die Generierung der Datenbasis für die qualitative Inhaltsanalyse zusammengefasst und aufgezeigt, wie viele Artikel aufgrund welcher Kriterien ausgeschlossen wurden.

Im Unterschied zur bibliometrischen Analyse basiert der Datensatz, der im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet wurde, auf einer kleineren Datenmenge. Bei 1902 Publikationen, die ich mittels bibliometrischer Methoden auswertete, führte der Einbezug oder der Ausschluss einzelner Artikel zu keiner maßgeblichen Ergebnisveränderung der identifizierten Themen, anders als bei der qualitativen Inhaltsanalyse. Dort hatte der Einbeziehungsweise Ausschluss einzelner Studien stärkere Auswirkungen. Deshalb wurden zwei Artikel einbezogen, obwohl darin die in der Tabelle 7 aufgezeigten Begriffe nicht in der Weise wie beschrieben, benannt sind.

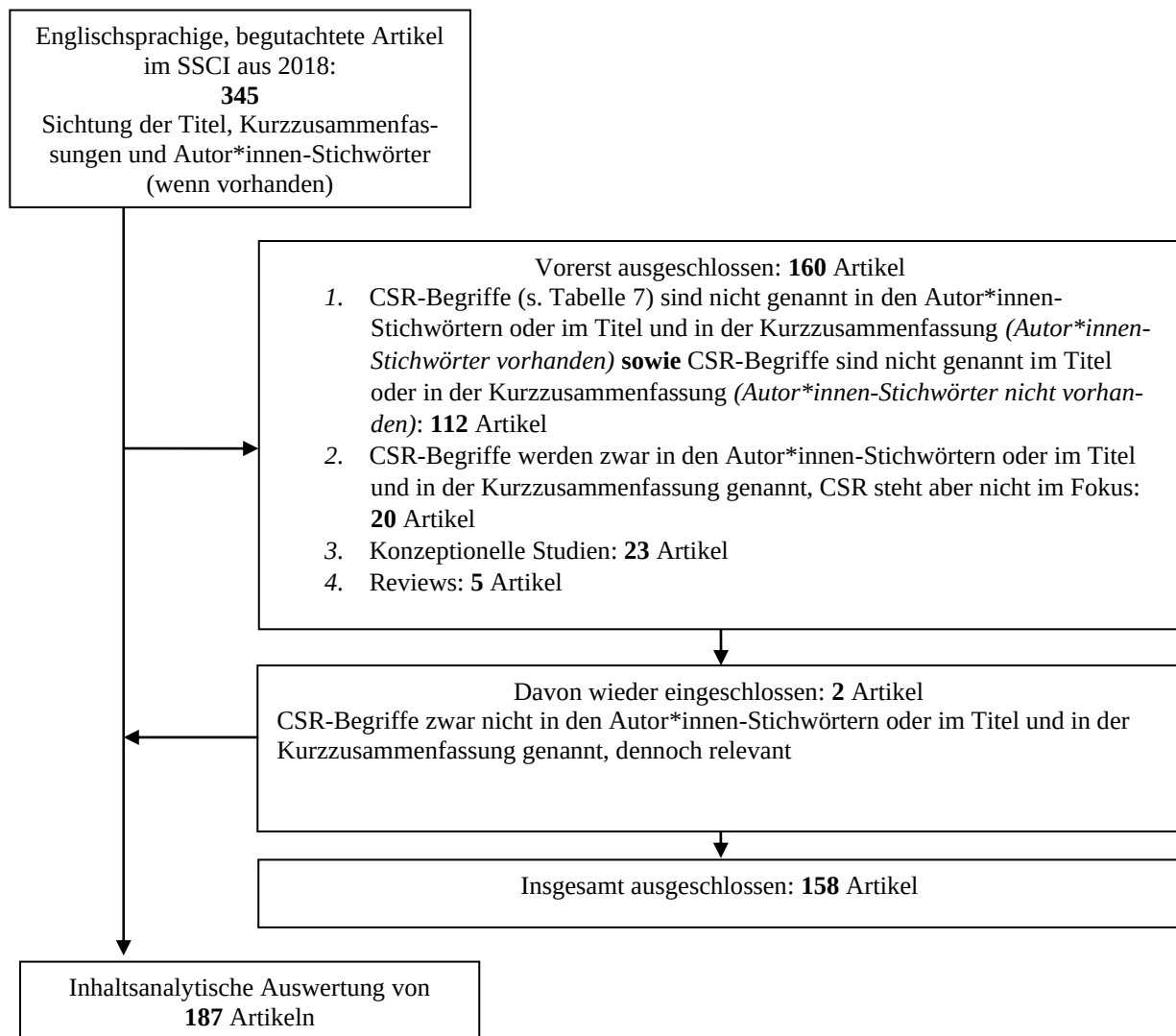


Abbildung 4 Prozess der Identifizierung, Sichtung und des Aus- und Einbezugs von Artikeln
(Eigene Darstellung in Anlehnung an Murawski, 2021, S. 340 sowie Kalaitzi et al., 2017, S. 462)

Hierbei handelt es sich zum einen um einen Artikel von Petticrew et al. (2018), indem CSR nicht in den Autor*innen-Stichwörtern, sondern lediglich in der Kurzzusammenfassung genannt wird. Dort werden Greenwashing-Taktiken der Alkoholindustrie aufgedeckt. Somit ist die Studie gerade aufgrund der politisierenden Sichtweise relevant für meine Analyse. Zum anderen handelt es sich um einen Artikel von Tate and Bals (2018). Auch darin kommen die oben genannten CSR-Begriffe nicht in den Autor*innen-Stichwörtern oder im Titel vor. Dennoch wird in der Kurzzusammenfassung hervorgehoben, dass die Autor*innen CSR auf Mikroebene analysieren und eine theoretische Fundierung für die soziale Dimension herleiten. So wie der Natural-Resource-based-View (Hart, 1995) eine wichtige theoretische Fundierung innerhalb der CSR-Forschung darstellt (Frerichs & Teichert, 2023, S. 246), ist der Social-Resource-based-View (Tate & Bals, 2018) für meine Analyse ebenfalls relevant, was zum Einbezug des Artikels führte.

Ein weiterer Unterschied zur bibliometrischen Analyse bestand darin, dass ich mich in der Inhaltsanalyse auf empirische Studien fokussierte und konzeptionelle Artikel sowie Reviews ausschloss. Dies begründete sich dadurch, dass sich lediglich empirische Studien nach den zwei Dimensionen des Managementkompasses, nämlich nach dem Forschungsweg und dem Forschungsziel, charakterisieren lassen (Sieben, 2007b, S. 108 f.). Hingegen können konzeptionelle Studien und Reviews nicht eindeutig nach der Forschungsweg-Dimension verortet werden (Kornau et al., 2020, S. 156) und flossen somit nicht in meine Analyse ein.

4.2.2 Datenanalyse

Bei der Datenauswertung orientierte ich mich am Vorgehen der IHRM-Analyse von Kornau et al. (2020, S. 154 f.) und untersuchte die Forschungsperspektive, Themen, Theorien und Methoden von empirischen Studien. Diese wertete ich sowohl deduktiv als auch induktiv (Fereday & Muir-Cochran, 2006) mit der Software NVivo aus.

Die Forschungsperspektive analysierte ich, indem ich entlang der zwei Dimensionen des Kompasses der Managementforschung (Sieben, 2007a, b) auswertete, ob Studien ein erhaltendes oder ein politisierendes Forschungsziel verfolgen, und ob die dort untersuchten Konzepte und Zusammenhänge a priori feststehen oder lokal/emergent interpretiert werden (Forschungsweg). In Anlehnung an die Studie von Kornau et al. (2020), in der Forschungsperspektiven ebenfalls auf Basis des Managementkompasses von Sieben (2007a, b) ausgewertet wurden, ordnete ich empirische Artikel der funktionalistischen, interpretativen, poststrukturalistischen und ideologiekritischen Forschungsperspektive zu. Werden in Studien erhaltende und politisierende Forschungsziele und/oder a priori sowie lokal/emergente Forschungswege kombiniert, kodierte ich diese als multiperspektivisch und ordnete sie mehreren Forschungsperspektiven zu.

Als Ausgangsbasis für die Kodierung der Themen fungierten diejenigen, die im Aufsatz von Frerichs und Teichert (2023) in der CSR-Literatur identifiziert wurden. Dies sind CSR-Praktiken und Mitarbeiter*innen, die Messung der Korrelation zwischen CSR und CFP, CSR-Konzeptualisierungen, CSR-Praktiken und Kund*innen sowie CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen. Wie ich in 3.3.2 zeige, treten diese Themen sowohl im Kern als auch in der Peripherie des CSR-Forschungsfeldes auf. In der Peripherie wurden zwei weitere Themen identifiziert, die ich beim Kodieren ebenfalls berücksichtigte. Dies sind CSR und Konsument*innen-Skepsis sowie (umweltbezogene) CSR-Praktiken als Quelle von Wettbewerbsvorteilen (Frerichs & Teichert, 2023, S. 240 f.). Diese deduktiv kodierten Themen ergänzte ich durch induktives Kodieren um weitere Themen und bündelte diese zu

Diskurssträngen. Wie auch in der Analyse von Kornau et al. (2020, S. 155) ist zu beachten, dass ich Artikel mehreren Diskurssträngen zuordnete, da Themen keine disjunkten Kategorien darstellen und in den meisten Studien mehrere Themen fokussiert werden.

Für die Analyse von Theorien folge ich dem Begriffsverständnis von Bacharach (1989, S. 496), nach dem diese definiert werden als „statement of relations between concepts within a set of boundary assumptions and constraints“. Bei einem theoretischen Ansatz handelt es sich daraus abgeleitet um „a perspective on social life derived from a particular theoretical tradition“ (Giddens, 1989, S. 732). Auch bei der Kodierung von Theorien ist zu beachten, dass Artikel häufig auf mehreren theoretischen Ansätzen basieren. Deshalb sind auch in diesem Fall Mehrfachkodierungen üblich. Anstatt bei der Ergebnisdarlegung absolute Anzahlen der angewendeten Theorien aufzuzeigen, stelle ich exemplarisch heraus, auf welchen Theorien die Studien der jeweiligen Forschungsperspektiven in den einzelnen Diskurssträngen basieren. Für die meist dominante funktionalistische Perspektive auf ein Thema benenne ich Theorien, die in einem Diskursstrang besonders häufig vorkommen. Daneben weise ich auch auf Beispiele hin, welche besonders themenspezifisch sind. In Fällen, in denen nur wenige Studien einer Forschungsperspektive zu einem Thema vorliegen, stelle ich explizit heraus, auf welchen Theorien diese basieren. Dies betrifft aufgrund der geringen Anzahl vor allem politikorientierte Studien. Aufgrund der Vielzahl der möglichen Theorien ging ich induktiv vor.

Hingegen kodierte ich die Methode deduktiv, indem ich zwischen quantitativen, qualitativen und Mixed-Methods-Studien differenzierte.

4.3 Forschungsperspektiven in der CSR-Forschung

Die Ergebnisdarlegung der qualitativen Inhaltsanalyse folgt in diesem Kapitel. Zunächst zeige ich in 4.3.1 den Zusammenhang zwischen den Methoden und den Forschungsperspektiven der Studien meines Datensatzes und gehe daraufhin näher auf die politikorientierten und multiperspektivischen Artikel ein. Daraufhin gebe ich einen tabellarischen Überblick über die identifizierten Themen und die gebündelten Diskursstränge (s. 4.3.2), die ich in den Abschnitten 4.3.3 bis 4.3.11 darlege. Das Kapitel endet mit einer Zusammenfassung in 4.3.12.

4.3.1 Methoden und Forschungsperspektiven im Überblick sowie in Studien mit politisierenden Forschungszielen

Der Zusammenhang zwischen den Forschungsperspektiven und der Methode wird in der Tabelle 8 dargestellt.

Tabelle 8 Forschungsperspektive und Methode

Forschungsperspektive	Methode						Insgesamt	
	Qualitativ		Quantitativ		Methodenmix			
Erhaltend	30	16%	123	65,8%	16	8,6%	169	90,4%
Funktionalistisch	6		123		14		143	
Interpretativ	24		0		0		24	
Funktionalistisch-interpretativ	0		0		2		2	
Politisierend	6	3,2%	1	0,5%	0	0%	7	3,7%
Ideologiekritisch	1		1		0		2	
Poststrukturalistisch	5		0		0		5	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0		0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenen und politisierenden Forschungszielen	7	3,7%	2	1,1%	2	1,1%	11	5,9%
Insgesamt	43	23%	126	67,4%	18	9,6%	187	100%

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Kornau et al., 2020, S. 157)²⁸

Nach meiner Analyse werden in den meisten Studien erhaltende Forschungsziele verfolgt. Von 187 empirischen Artikeln kodierte ich den Großteil als funktionalistisch (143 Artikel = 76,5%). 24 Studien (12,8%) wurden von mir als interpretativ eingeordnet. Nur wenige Artikel (3,7%) kodierte ich als politisierend, davon 2 mit ideologiekritischer und 5 mit poststrukturalistischer Forschungsperspektive. In 11 Studien liegt eine Kombination erhaltender und politisierender Forschungsziele vor. Im Hinblick auf die Methode zeigt meine Interpretation, dass quantitative Studien mit 67,4 Prozent sowohl qualitative (23%) als auch Mixed-Methods-Ansätze (9,6%) überwiegen. Aus der gemeinsamen Betrachtung der Forschungsperspektiven und Methoden wird deutlich, dass quantitative Methoden hauptsächlich in Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive angewendet werden. Die Codierung nach dem lokal/emergenten Forschungsweg (Sieben, 2007b, S. 93f.) bringt es mit sich, dass in Artikeln mit interpretativen und poststrukturalistischen Forschungsperspektiven ausschließlich qualitative Methoden angewendet werden. In Studien, die erhaltende und politisierende Forschungsziele kombinieren, überwiegen ebenfalls qualitative Methoden.

In Anlehnung an Kornau et al. (2020, S. 157) lege ich vor allem die Studien umfassend dar, die politikorientierte Forschungsperspektiven enthalten. Dies dient meiner Zielsetzung, die Bedeutung der bei der bibliometrischen Analyse zu wenig betrachteten politisierenden Sichtweisen herauszustellen. Tabelle 9 gibt einen Überblick über die politisierenden und multiperspektivischen Artikel meines Datensatzes und zeigt, welche Forschungsfragen mittels welcher Methoden erforscht werden.

²⁸ Bei den folgenden tabellarischen Ergebnisdarstellungen nach Forschungsperspektiven lehne ich mich an die entsprechende Form der Darstellung in Kornau et al. (2020, S. 157 f.) an.

Tabelle 9 Forschungsfragen und Methoden von multiperspektivischen und politisierenden Studien

Studien	Forschungsfrage	Methoden
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen		
Arena et al. (2018a)	Werden CSR-Praktiken aus eigennützigen, instrumentellen Gründen oder als eine Reaktion auf Vorschriften offengelegt?	Quantitative Inhaltsanalyse von CSR-Reports, multivariate Varianzanalyse
Arora & Thompson (2018)	Wie kann die kollektive Handlungsfähigkeit von Fabrikarbeiter*innen durch den Einsatz von Crowdsourcing-Plattformen erhöht werden?	Qualitative Inhaltsanalyse auf Basis mehrerer Fallstudien
Cook & Burchell (2018)	Welche Erfahrungen machen Akteur*innen, vor allem des dritten Sektors, mit Employee-Volunteering-Maßnahmen?	Induktive thematische Analyse von Interviews, Workshops und von Fokusgruppen
Donaghey & Reinecke (2018)	Wie unterscheiden sich zwei Multi-Stakeholder-Initiativen, die auf dem CSR und dem Industrial-Democracy-Konzept basieren, in der wahrgenommenen Wirkung?	Qualitative Inhaltsanalyse von halbstrukturierten Interviews, Dokumenten und Feldstudien
Fordham & Robinson (2018)	Wie und wodurch sind Stakeholder in der Lage, die CSR-Programme von Rohstoffunternehmen zu beeinflussen, um positive gesellschaftliche Ergebnisse zu erzielen?	Qualitative Inhaltsanalyse von halbstrukturierten Interviews
Idemudia (2018)	Inwieweit kann eine Partnerschaft zwischen Shell und einer Koalition zivilgesellschaftlicher Organisationen zur Friedensbildung im Nigerdelta beitragen?	Qualitative Inhaltsanalysen von halbstrukturierten Interviews und Beobachtungen
MacKenzie (2018)	Mit welchen Strategien hat British American Tobacco seine Tochtergesellschaft in Myanmar gegen Kritik verteidigt?	Qualitative Inhaltsanalyse von Branchendokumenten sowie von Unternehmensdokumenten
McDaniel et al. (2018)	Wie werden CSR-Initiativen der Tabakindustrie in den afrikanischen Medien präsentiert?	Qualitative und quantitative Inhaltsanalyse von Medienberichten und Webseiten
Mun & Jung (2018)	Wie reagieren CSR-Manager*innen in japanischen Unternehmen auf die globale CSR-Norm, die Geschlechtervielfalt am Arbeitsplatz zu erhöhen?	Qualitative Inhaltsanalyse halbstrukturierter Interviews, Regressionsanalyse
Tysiachniouk et al. (2018)	Auf welchen Wegen setzen sich zwei marginalisierte Bevölkerungsgruppen des illiberalen Regimes Russlands dafür ein, Vorteilsausgleichvereinbarungen eines Ölkonzerns zu erhalten?	Qualitative Inhaltsanalyse von halbstrukturierten Interviews, Dokumenten und Beobachtungen
Waniak-Michalak et al. (2018)	Werden CSR-Berichte verändert, um die Enthüllung unvoreilhafter Informationen zu verhindern? Gibt es Unterschiede zwischen kontroversen und unkritischen Industrien?	Quantitative Inhaltsanalyse von CSR-Reports, t-Tests
Ideologiekritisch		
Lee & Marquis (2018)	Wie wirken sich Großunternehmen durch die Beeinflussung des Sozialkapitals auf das Wohlergehen der Gesellschaft aus?	Panel-Regressionsmodelle
Petticrew et al. (2018)	Inwieweit werden wissenschaftliche Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen Alkoholkonsum und Krebs von der Alkoholindustrie korrekt und vollständig wiedergegeben?	Qualitative Inhaltsanalyse von Dokumenten, Webseiten oder CSR-Berichten
Poststrukturalistisch		
Ban (2018)	Wie wird ein „fairer Lohn“ zum einen in der unternehmerischen CSR-Kommunikation und zum anderen von Arbeiter*innen diskursiv konstituiert?	Kritische Diskursanalyse
Campbell & Kim (2018)	Wie wird die Ungleichheit der Geschlechter in einem Entwicklungsprojekt konstituiert? Was kann über die sozialen Beziehungen gelernt werden, wenn von den Erfahrungen der lokalen Subjekte ausgegangen wird?	Institutionelle Ethnographie
Hoffmann (2018)	Wie werden Paradoxien der CSR-Forschung durch akademische Diskurse entweder geleugnet oder konstituiert?	Qualitative Meta-Analyse
Lauwo (2018)	Wie werden Stimmen von Frauen in den CSR-Berichten transnationaler Bergbauunternehmen im Entwicklungsland Tansania unterdrückt?	Interpretative ethnografische Fallstudien
Lee & Parpart (2018)	Wie werden Stimmen von Frauen in den CSR-Berichten multinationaler Unternehmen in Schwellenländern wie Südkorea unterdrückt?	Kritische Diskursanalyse

Ich kodierte drei Artikel als *funktionalistisch-ideologiekritisch*. In der Studie von Mun und Jung (2018) geht es darum, aufzuzeigen, wie globale Investor*innen und Manager*innen die Umsetzung von Geschlechtervielfalt als CSR-Facette im Vorstand und im Management beeinflussen. Wie im Artikel von Mun und Jung (2018) ist es für die funktionalistische Forschungsperspektive charakteristisch, dass Wirkungsbeziehungen regressionsanalytisch gemessen werden. Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive wird deutlich, dass die Anzahl von Frauen nur in oberen Positionen erhöht werden, um Geschlechtervielfalt für Investor*innen zu suggerieren. Die Anzahl von Frauen in Nicht-Führungspositionen erhöht sich hingegen nicht. Mun und Jung (2018) zielen darauf ab, konkurrierende Interessen verschiedener Personengruppen aufzudecken, was typisch ideologiekritisch ist, da Organisationen aus dieser Sichtweise als „politische Arenen“ aufgefasst werden können (Krell & Sieben, 2007, S. 249).

In der Studie von Arena et al. (2018a) wird aus einer erhaltenden Zielsetzung gefragt, ob Organisationen in den ASEAN-Staaten CSR-Praktiken aufgrund von instrumentellen Anreizen oder aufgrund eines gestiegenen Regulierungsdrucks offenlegen (Arena et al., 2018a). In der Ergebnisdarstellung wird aus der ideologiekritischen Perspektive offengelegt, dass die CSR-Berichterstattung als ein Instrument zur Abwendung von Kapitalismuskritik fungiert. Es werden politische Implikationen hergeleitet, in dem eine stärkere Durchsetzung von Vorschriften durch Regulierungsbehörden gefordert wird (Arena et al., 2018a, S. 441).

Waniak-Michalak et al. (2018) führen ebenfalls eine Analyse von CSR-Reports durch. In dieser Studie geht es um die Frage, ob Unternehmer*innen in CSR-Berichten Indikatoren austauschen, um die Veröffentlichung negativer Informationen zu vermeiden. Außerdem zielen die Autor*innen darauf ab, herauszufinden, ob CSR-Berichte in Unternehmen kontroverser Industrien zu einem größeren Ausmaß verändert werden als in anderen Industrien, wobei es sich um eine erhaltende Zielsetzung handelt. Die aufgestellten Hypothesen werden mittels t-Tests untersucht. Ich interpretiere die Studie auch als ideologiekritisch, da davon ausgegangen wird, dass Unternehmen CSR-Reports als bewusste Manipulationsstrategie einsetzen. Auch wenn dies nicht abschließend bewiesen werden kann, sehen die Autor*innen Hinweise der Manipulation nicht nur in der Veränderung der CSR-Berichte, sondern auch darin, dass für die Veränderungen der Indikatoren keine Begründungen angegeben werden (Waniak-Michalak et al., 2018, S. 358).

Die folgenden Artikel kodierte ich als *interpretativ-ideologiekritisch*. Darin geht es unter anderem um problematische Arbeitsbedingungen innerhalb der Lieferkette. Arora und Thompson (2018) untersuchen, inwiefern Crowdsourcing-Plattformen genutzt werden können,

um Arbeiter*innen in Fabriken eine Stimme zu geben und um bestehende, ungleiche Machtverteilungen in Frage zu stellen. Krell und Sieben (2007, S. 250) zeigen, wie sich an ideologiekritischen Fragen erhaltende Forschungsziele anschließen können. Demnach kann das Aufdecken von Diskriminierung als ideologiekritisch bewertet werden, während das Entwickeln von Verfahren zur Überwindung der Diskriminierung ein erhaltenes Ziel ist. Neben der Intention, Machtunterschiede innerhalb der Lieferkette offenzulegen, schließt sich in der Studie von Arora und Thompson (2018) im Sinne von Krell und Sieben (2007) die Zielsetzung an, die Wirkung von digitalen Kommunikations-Tools zu verstehen, um Missstände innerhalb von Lieferketten zu überwinden.

Donaghey und Reinecke (2018) beleuchten ebenfalls die prekären Bedingungen von Fabrikarbeiter*innen. Vor dem Hintergrund des Einsturzes des Rana-Plaza-Gebäudes in Bangladesch im Jahre 2013 untersuchen die Autor*innen zwei Multi-Stakeholder-Initiativen, die darauf abzielen, die Arbeitssicherheit in der Bekleidungsindustrie zu verbessern. Während die „Alliance²⁹“ auf einem CSR-Ansatz basiert, beruht der „Accord³⁰“ auf einer Industrial-Democracy-Konzeption (Donaghey & Reinecke, 2018, S. 15). Zunächst wird das erhaltende Forschungsziel verfolgt, die Implementierung der unterschiedlichen Initiativen auf Basis von Feldstudien zu verstehen. Verglichen werden Formen der Selbstregulierung (Allianz) in Abgrenzung zum Mitbestimmungsansatz des Accords. Darüber hinaus wird aus ideologiekritischer Perspektive offengelegt, dass Initiativen auf Basis von CSR-Ansätzen lediglich kurzfristige Unterstützungsleistungen böten, anstatt eine wirksame Arbeitnehmer*innen-Vertretung aufzubauen und strukturell zu verankern (Donaghey & Reinecke, 2018, S. 35).

Wie ich in 4.3.3 zeige, geht es in CSR-Studien auch um das Zusammenwirken zwischen Nichtregierungsorganisationen³¹ und Unternehmen. Cook und Burchell (2018) untersuchen die gelebten Erfahrungen von Akteur*innen, die sich im Rahmen von Employee-Volunteering-Maßnahmen freiwillig engagieren und betrachten dies vor allem auch aus der Perspektive von Nonprofitorganisationen. Es werden Ansätze der partizipativen Aktionsforschung nach Bergold und Thomas (2012) sowie Bradbury (2015) angewendet, um die gelebten Erfahrungen in den Fokus zu stellen, so wie es für die interpretative Forschungsperspektive charakteristisch ist. Vor dem Hintergrund von Machtunterschieden zwischen Partner*innen verschiedener Sektoren hinterfragen Cook und Burchell (2018) den positiven Nutzen von Employee-Volunteering-Ansätzen für den dritten Sektor aus ideologiekritischer Perspektive.

²⁹ „Alliance for Bangladesh Worker Safety“

³⁰ „Accord for Fire and Building Safety in Bangladesh“

³¹ In meiner Arbeit verwende ich die Begriffe Nonprofitorganisationen und Nichtregierungsorganisationen als Synonyme.

Fordham und Robinson (2018) untersuchen, durch welche Mechanismen Stakeholder Einfluss auf Rohstoffunternehmen in Australien erlangen können, um positive gesellschaftliche Effekte zu erzielen. Aus interpretativer Forschungsperspektive geht es darum, die individuellen Wahrnehmungen der Befragten zu verstehen. Aus ideologiekritischer Perspektive wird die Wichtigkeit betont, Stakeholder gegenüber Unternehmer*innen zu ermächtigen, um positiven gesellschaftlichen Wandel zu erzeugen. Während Fordham und Robinson (2018) den Fokus stärker darauflegen, Mechanismen zur Überwindung kritischer Strukturen zu beleuchten, wird der Anteil der ideologiekritischen Perspektive in der Studie von Idemudia (2018) noch deutlicher. Darin wird mittels eines induktiven Forschungsansatzes untersucht, ob eine Partnerschaft zwischen Shell und einer Koalition zivilgesellschaftlicher Organisationen zur Friedensbildung im Nigerdelta beitragen kann. In Bezugnahme auf Galtung (1990) wird zwischen verschiedenen Formen der Gewalt unterschieden, darunter die strukturelle Gewalt. Diese bezieht sich darauf, wie ungleich verteilte Machtverhältnisse in sozialen Strukturen verwurzelt sind, um Interessen bestimmter Akteur*innen gegenüber anderen zu privilegieren, was mit Unterdrückung und Ausbeutung einhergeht (Idemudia, 2018, S. 388). In der Studie werden die ungleichen Machtverhältnisse von transnationalen Unternehmen zulasten lokaler Gemeinschaften deutlich. Die Ergebnisse zeigen, dass Partnerschaften zwischen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen strukturelle Gewalt in Konfliktzonen aufgrund von Machtasymmetrien nicht abmildern können.

Wie ich zeige, geht es in CSR-Studien auch darum, unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln aufzudecken; insbesondere von kritischen Branchen in Entwicklungsländern und konfliktären Regionen. So werden Erfahrungen zweier indigener Völker der russischen Arktis aufgezeigt, die sich dafür einsetzen, von einem russischen Ölundertnehmen Vorteilsausgleichvereinbarungen zu erhalten. Diese werden den marginalisierten Bevölkerungsgruppen in Folge des Abbaus von Mineralien zwar versprochen, aber nicht angemessen umgesetzt. Deutlich wird, dass gleichartig betroffene Völker ungleichbehandelt werden und unternehmerische Maßnahmen der Entschädigungspolitik, die Ungleichheit zwischen Personengruppen zusätzlich verstärken (Tysiachniouk et al., 2018).

In den von mir als interpretativ-ideologiekritisch kodierten Studien von MacKenzie (2018) und McDaniel et al. (2018) wird kritisch beleuchtet, wie CSR-Praktiken in der Tabakindustrie taktisch genutzt werden. Während MacKenzie (2018) Strategien analysiert, mit denen der Tabakhersteller „British American Tobacco“ sein unternehmerisches Wirken im Militärregime Myanmar verteidigt, untersuchen McDaniel et al. (2018), wie CSR-Maßnahmen der Tabakindustrie in den afrikanischen Medien dargestellt werden. Ich kodierte die Artikel unter

anderem als interpretativ, da es darum geht, CSR-Aspekte und Strategien der Tabakindustrie in bestimmten Kontexten nachzuvollziehen. In der Studie von McDaniel et al. (2018) wird interpretiert, wie verschiedene Akteur*innen über CSR-Initiativen der Tabakindustrie berichten, unter der Annahme, dass die Berichterstattung die öffentliche Meinungsbildung präge. Die Analyse von MacKenzie (2018) basiert auf einem hermeneutischen Modell nach Forster (1994), um Sichtweisen von Unternehmensvertreter*innen aus den analysierten Dokumenten herauszuarbeiten. Die Anwendung hermeneutischer Methoden ist gemäß Sieben (2007b, S. 97) charakteristisch für interpretativ geprägte Forschung. Aus der ideologiekritischen Perspektive wird in den beiden Studien aufgedeckt, dass Unternehmen das CSR-Label als ein Instrument nutzen, um das Unternehmensimage zu verbessern, die Öffentlichkeit und politische Entscheidungsträger*innen zu manipulieren (McDaniel et al., 2018), Legitimität zu erhalten und um neue, unkontrollierte Märkte kommerziell zu erobern (MacKenzie, 2018).

In der Studie von Petticrew et al. (2018) wird *ideologiekritisch* untersucht, inwieweit Unternehmen der Alkoholindustrie den Zusammenhang zwischen dem Auftreten von Krebsarten und dem Alkoholkonsum wahrheitsgemäß offenlegen. Dabei wird von einer objektiven Wahrheit ausgegangen und analysiert, mittels welcher Taktiken, Informationen verzerrt oder falsch wiedergegeben werden. Es werden nicht nur Greenwashing-Praktiken aufgedeckt, sondern auch kritisiert, dass Unternehmer*innen zur Sicherung kapitalistischer Zwecke auf Kosten des gesellschaftlichen Wohls, politische Entscheidungsträger*innen manipulieren. „Policymakers, academics, public health and other practitioners should reconsider the appropriateness of their relationships to these [alcohol industry – Anm.d.Verf.] [...] bodies” (Petticrew et al., 2018, S. 293 – i.O.herv.).

Im Beitrag von Lee und Marquis (2018) werden Organisationen aus ideologiekritischer Perspektive in Anlehnung an Hiatt et al. (2009) als Akteur*innen verstanden, die in sozialen Systemen eingebettet sind und diese durch Macht beeinflussen. Vor diesem Hintergrund zeigen die Autor*innen auf Basis der Social-Capital-Theorie (Bourdieu, 1977; Putnam, 2000), dass Organisationen – selbst von nicht-umstrittenen Branchen – trotz der Umsetzung von CSR-Maßnahmen negative gesellschaftliche Effekte verursachen, indem sie das Sozialkapital verschiedener Gruppen schwächen. Die Messung der Hypothesen basiert auf Panel-Regressionsmodellen (Lee & Marquis, 2018).

Dies grenzt sich ab von Studien mit *poststrukturalistischer* Forschungsperspektive, in denen ausschließlich qualitative Methoden angewendet werden. Der Fokus der Studie von Ban (2018) liegt auf subjektiven Bewertungen von Lohnpraktiken aus der Sichtweise von marginalisierten Industriearbeiter*innen, welche der unternehmerischen diskursiven Konstruktion

von Lohngerechtigkeit gegenüberstellt wird. Die Forscher*in verwendet einen „culture-centered framework to elicit how lived experiences of marginalized industrial workers can be injected into, and radically redefine, dominant understandings of fair wage“ (Ban 2018, S. 410). Dafür wird in Anlehnung an Fairclough (1993, 2009, 2013) eine kritische Diskursanalyse durchgeführt. Im Vergleich zu den eindeutiger poststrukturalistisch orientierten Ansätzen einer Diskursanalyse nach Jäger (2004) oder der Diskurstheorie nach Laclau und Mouffe (1995) kann der Ansatz von Fairclough auch als ideologiekritisch verwendet werden, wie Sieben (2007b, S. 98) diskutiert. Die Studie von Ban (2018) interpretiere ich jedoch als poststrukturalistisch, da der Fokus auf den diskursiven Konstruktionen von Lohngerechtigkeit liegt. Dies ist ein Beispiel dafür, dass sich Theorien und Ansätze nicht kategorisch einzelnen Paradigmen zuordnen lassen, wie es Vibert (2004) annimmt. Stattdessen geht es nach dem Verständnis des Managementkompasses nach Sieben (2007b, S. 108) darum, dass theoretische Ansätze in und zwischen Forschungsperspektiven flexibel angewendet werden können. Autor*innen zielen aus poststrukturalistischer Forschungsperspektive darauf ab, diskursive Praktiken zu beleuchten, durch welche die Ungleichbehandlung zwischen den Geschlechtern konstituiert wird (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018; Lee & Parpart, 2018). Auf Basis einer feministisch geprägten, institutionellen Ethnographie nach Smith (2005) analysieren Campbell und Kim (2018) ein Entwicklungsprojekt in Usbekistan und kritisieren, dass häufig die Standpunkte von Frauen als lokale Entwicklungssubjekte unberücksichtigt blieben. Auch Lauwo (2018) und Lee und Parpart (2018) zeigen, wie Frauen in CSR-Berichten von Unternehmen durch diskursive Praktiken noch immer marginalisiert und unterdrückt werden. Während die Studie von Lauwo (2018) auf Arbeiten von Hélène Cixous (z.B. 1976, 1981) basiert, argumentieren Lee und Parpart (2018) auf Basis des hegemonialen Männlichkeitsansatzes nach Connell (1995). In den drei genannten Studien wird deutlich, wie durch diskursive Praktiken geschlechtsspezifische Identitäten in einer Weise dargestellt werden, durch welche die Ungleichbehandlung der Geschlechter noch verstärkt wird.

Abschließend wird in der Studie von Hoffmann (2018) die Frage untersucht, wie Paradoxien in der CSR-Forschung durch akademische Diskurse entweder geleugnet oder konstituiert werden. Die Ergebnisse der qualitativen Meta-Analyse zeigen, dass Spannungen aus der dominierenden managementorientierten Perspektive negiert werden. Aus einer seltener vertretenen ideologiekritischen Perspektive werden Paradoxien hingegen aufgezeigt, um heuchlerisches Handeln in Organisationen aufzudecken. In Abgrenzung zur managementorientierten Sichtweise und zur ideologiekritischen Perspektive spricht sich Hoffmann für die

poststrukturalistisch orientierte Forschung aus und zeigt, wie akademische Diskurse durch diskursive Praktiken konstituiert werden.

4.3.2 Diskursstränge in der CSR-Forschung

Durch die qualitative Inhaltsanalyse der 187 Artikel erkannte ich zahlreiche Themen und wertete diese multiperspektivisch aus. Diese entsprechen einerseits den Themen, die ich bereits durch die bibliometrische Analyse identifizierte. Andererseits konnte ich durch den inhaltsanalytischen Zugang weitere Themen erkennen. Werden diese Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet, lassen sich diese aus diskurstheoretischer Sichtweise auch als Diskursstränge bezeichnen. In Anlehnung an Jäger (2004, S. 89) bündelte ich diese in neun übergeordneten Diskurssträngen. Tabelle 10 gibt einen Überblick über die gebündelten und die darin enthaltenen Diskursstränge und zeigt auf, wie häufig die Themen jeweils kodiert wurden.

Besonders bedeutend ist der Diskursstrang zum Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholdern. Aus der Vielzahl der thematisierten Stakeholder treten einige besonders hervor, da diese relativ häufig als separate Stakeholder-Gruppe fokussiert werden. Weitere Interessengruppen kodierte ich ebenfalls und fasste diese in der Tabelle 10 unter „weitere Stakeholder“ zusammen. Somit wurden diese ebenfalls dem gebündelten Diskursstrang zugeordnet, auch wenn ich den Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholdern anhand der besonders hervorgehobenen Gruppen darstelle.

In den kommenden neun Unterkapiteln zeige ich, wie die Themen in den gebündelten Diskurssträngen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden. Die Reihenfolge der Darstellung erfolgt weitestgehend nach der Anzahl der Artikel, beginnend mit dem größten Diskursstrang. Eine Ausnahme ist die Darlegung strategischer Effekte, die sich inhaltlich an die CSR-Treiber und Motive anschließen, sodass ich diese – trotz der etwas geringeren Anzahl an zugeordneten Artikeln – vor den CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen darstelle.

In Anlehnung an Kornau et al. (2020, S. 157) greife ich für die meist dominante funktionalistische Perspektive exemplarische Studien auf, wie auch bei den interpretativen, auf die ich nicht immer allumfassend eingehe. Wie die Themen politisierend beleuchtet werden, lege ich eingehender anhand der oben dargestellten und in der Tabelle 9 aufgelisteten Studien dar.

Tabelle 10 Diskursstränge und ihr Vorkommen in analysierten Artikeln

Gebündelte Diskursstränge	Anzahl kodierter Artikel (%) ¹	Einzelne Diskursstränge bzw. Themen (Anzahl kodierter Artikel) ¹	Abschnitt
Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen	122 (65,2%)	Mitarbeitende ² (74), Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen ³ (32), Kund*innen ² (24), Weitere Stakeholder (z.B. Medien) (40) ³	4.3.3
Ausgewählte Führungs- und Management-Aspekte von CSR-Praktiken	85 (45,5%)	CSR- Kommunikation ³ (45), Führungsaspekte ³ (27), Implementierungsprozesse ³ (16), Supply-Chain-Management-Aspekte ³ (8),	4.3.4
Institutionelle Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten	76 (40,6%)	Ausgewählte Länderkontexte ² (64), Einfluss institutioneller Faktoren ² (32)	4.3.5
Treiber und Motive für die Implementierung von CSR-Praktiken	62 (33,2%)	Treiber ³ (50), Motive ³ (26)	4.3.6
Strategische Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen	47 (25,1%)	Korrelation zwischen CSR und CFP ² (23), Einfluss auf weitere organisationale Erfolgsgrößen ² (enthält (Umwelt-) CSR als Quelle von Wettbewerbsvorteilen) (39)	4.3.7
CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen	50 (26,7%)	Organisationen umstrittener Branchen ³ (21), Kleine und mittelständischen Unternehmen ³ (10), Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken ³ (9), Sportorganisationen ³ (5), Hybride Organisationen und Sozialunternehmen ³ (5), Familienunternehmen ³ (2)	4.3.8
Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortliches Handeln von Unternehmer*innen	27 (14,4%)	Skepsis gegenüber CSR-Praktiken ² (enthält Skepsis von Kund*innen) (11), Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln ³ (20)	4.3.9
CSR-Praktiken und Diversitätsaspekte	13 (7%)	Gender-Diversity ³ (9), Alter ³ (1), LGBT ³ (1), Inklusion ³ (2)	4.3.10
CSR-Konzeptualisierungen	5 (2,7%)	CSR-Konzeptualisierungen inklusive der politischen Konzeption ² (5)	4.3.11

¹ Abweichungen zwischen der Anzahl der kodierten Artikel der gebündelten Diskursstränge und der Summe der einzelnen Diskursstränge entstehen durch Mehrfachkodierungen, da Artikel überwiegend mehrere Themen enthalten

² Themen, die bereits durch die bibliometrische Analyse identifiziert wurden

³ Themen, die durch die qualitative Inhaltsanalyse zusätzlich identifiziert wurden

4.3.3 Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen

Die meisten Artikel meines Datensatzes lassen sich in einem Diskursstrang bündeln, in dem die Zusammenhänge zwischen CSR-Praktiken und Stakeholdern untersucht werden. In Anlehnung an Clarkson (1995) wird in der Literatur zwischen primären und sekundären Stakeholder-Gruppen differenziert. „A primary stakeholder group is one without whose continuing participation the corporation cannot survive as a going concern“ (Clarkson, 1995, S. 106 – i.O.herv.). Zur primären Stakeholder-Gruppe werden unter anderem Mitarbeitende, Kund*innen, Zuliefer*innen und Finanzinstitutionen gezählt (Berg et al., 2018). Auch sekundäre Stakeholder-Gruppen beeinflussen Organisationen oder werden davon beeinflusst. Allerdings handelt es sich nicht um Marktteilnehmende, die mit Unternehmer*innen Geschäfte tätigen oder Transaktionen durchführen. Stattdessen wirken sie indirekt, zum Beispiel über

die Beeinflussung der öffentlichen Meinung (Berg et al., 2018; Clarkson, 1995). Charakteristische Beispiele sekundärer Stakeholder-Gruppen sind daher Medien, lokale Gemeinschaften oder Nichtregierungsorganisationen (Berg et al., 2018). Diese werden, wie auch primäre Stakeholder-Gruppen, in den Artikeln meines Datensatzes thematisiert.

In einigen Studien geht es um den Druck, den Stakeholder auf die Umsetzung von CSR-Praktiken ausüben, wobei der Einfluss verschiedener Stakeholder-Gruppen gemeinsam untersucht wird (z.B. El-Bassiouny & Lemathe, 2018). Dies wird wie in der Studie von El-Bassiouny und Lemathe (2018, S. 647) als „Stakeholder pressures“ operationalisiert. In wiederum anderen Studien werden einzelne Stakeholder-Gruppen fokussiert. Konsistent mit den Ergebnissen von Frerichs und Teichert (2023, S. 241) wird in den meisten Artikeln des Stakeholder-Diskursstrangs die Wirkung von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende analysiert. Kund*innen werden zwar seltener untersucht, aber dennoch vergleichsweise häufig als einzelne Stakeholder-Gruppe fokussiert. Hierbei handelt es sich um die zwei primären Anspruchsgruppen, deren Bedeutung auch aus der bibliometrischen Analyse hervorgehen; so stelle ich in 3.3.2 die Relevanz der Studien für das CSR-Forschungsfeld heraus, in denen der Einfluss von CSR-Praktiken auf Mitarbeitende sowie auf Kund*innen untersucht werden (Frerichs & Teichert, 2023).

Interessanterweise zeigt der inhaltsanalytische Zugang die Relevanz zwei weiterer Stakeholder-Gruppen, die ich aufgrund ihrer Interdependenzen gemeinsam in einem Diskursstrang zusammenfasse. Hierbei handelt es sich um Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen, die in meinem Datensatz verhältnismäßig häufig fokussiert werden, die ich jedoch mittels der bibliometrischen Analyse nicht als relevante Stakeholder identifizieren konnte.

In den Artikeln meines Datensatzes geht es um den Einfluss von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen auf CSR-Praktiken sowie um deren Stakeholder-Beziehung mit Unternehmen (z.B. Hong & Kim, 2018). Thematisch geht es um die „stakeholder collaboration“ (Fontana, 2018, S. 327) und nicht um die Analyse von CSR-Praktiken in Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen. Deshalb ordnete ich bei der Datenanalyse die Artikel diesem Stakeholder-Diskursstrang zu und nicht dem gebündelten Diskursstrang zu CSR-Praktiken in verschiedenen Organisationen.

Wie aus der Tabelle 10 hervorgeht, kodierte ich neben den häufig fokussierten Stakeholder-Gruppen den Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und weiteren Anspruchsgruppen wie zum Beispiel Medien, sodass ich diese Studien, wie bereits hervorgehoben, dem gebündelten Diskursstrang ebenfalls zuordnete. Aufgrund der Bedeutung von Mitarbeitenden, Kund*innen sowie von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen beleuchte ich den Einfluss von

Stakeholdern auf CSR-Praktiken exemplarisch anhand dieser Gruppen. Aus der folgenden Tabelle 11 geht der Zusammenhang zwischen den Forschungsperspektiven und den hervorgehobenen Themen dieses gebündelten Diskursstrangs hervor.

Tabelle 11 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen

Forschungsperspektive	Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Stakeholder-Gruppen					
	Mitarbeitende		Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen		Kund*innen	
Erhaltend	67	35,8%	26	13,9%	24	12,8%
Funktionalistisch	58		19		21	
Interpretativ	9		7		3	
Funktionalistisch-interpretativ	0		0		0	
Politisierend	3	1,6%	0	0%	0	0%
Ideologiekritisch	0		0		0	
Poststrukturalistisch	3		0		0	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4	2,1%	6	3,2%	0	0%
Insgesamt	74	39,6%	32	17,1%	24	12,8%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

Mit der Tabelle 12 fasse ich hinsichtlich des Themas *CSR-Praktiken und Mitarbeiter*innen* den jeweiligen Fokus und Beispiele angewandter Theorien in Bezug auf die einzelnen Forschungsperspektiven zusammen. Das Thema wird überwiegend aus *funktionalistischer* Forschungsperspektive beleuchtet. Dabei wird das CSR-Konzept als ein „human capital management tool“ aufgefasst (Burbano et al., 2018, S. 2899). Die Forscher*innen untersuchen hauptsächlich die Wirkungsbeziehungen zwischen wahrgenommenen CSR-Praktiken und den daraus resultierenden Einstellungen und Verhaltensweisen von Mitarbeitenden (z.B. Abdelmotaleb et al., 2018). Als unabhängige Variable wird CSR einerseits als ganzheitliches Konzept betrachtet (z.B. Afsar et al., 2018). Beispielsweise entwickeln und validieren El Akremi et al. (2018) ein mehrdimensionales Maß für die CSR-Wahrnehmung von Mitarbeitenden. Andererseits werden die Wirkungen von mehreren CSR-Dimensionen auch einzeln untersucht (z.B. Serrano-Archimi et al., 2018) und CSR-Praktiken fokussiert, die sich auf bestimmte Stakeholder-Gruppen beziehen (z.B. Perez et al., 2018). Beispielsweise zeigen Pichler et al. (2018, S. 270), dass sich „LGBT-supportive corporate policies“ positiv auf die Mitarbeiterproduktivität auswirken.

Tabelle 12 Mitarbeitende

Mitarbeitende (74 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	58 (78,4%)	Messen des Zusammenhangs zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Mitarbeitenden	Institutional-Theorie (z.B. Kim et al., 2018d), Organizational-Identification- und Social-Identity-Theorie (z.B. Afsar et al., 2018), Organizational-Justice-Theorie (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018), Perceived-Organizational-Support-Theorie (z.B. Kim et al., 2018c), Resource-based-View (z.B. Lechuga Sancho et al., 2018), Social-Exchange-Theorie (z.B. Serrano-Archimi et al., 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Lee & Yoon, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Park & Cave, 2018)
Interpretativ	9 (12,2%)	Verstehen der sozialen Phänomene, durch die CSR-Praktiken auf Einstellungen und Verhaltensweisen von Mitarbeitenden wirken und wie Mitarbeitende und Manager*innen durch Mikropraktiken CSR-Initiativen in Organisationen formen	Institutional-Work-Perspektive (z.B. Gond et al., 2018), Social-Capital-Theorie (Ahn & Park, 2018), Social-Exchange-Theorie (Potdar et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Poonamallee & Joy, 2018), Strategy-as-Practice-Approach (z.B. Gond et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4 (5,4%)	Aufdeckung problematischer Arbeitsbedingungen und Forderung der aktiven Beteiligung von Mitarbeitenden an CSR-Entscheidungen	Employee-Volunteering-Ansätze (Cook & Burchell, 2018), Industrial-Democracy-Approach (Donaghey & Reinecke, 2018), Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018)
Poststrukturalistisch	3 (4,1%)	Offenlegung der Ungleichbehandlung von Frauen und marginalisierten Mitarbeiter*innen auf Arbeitsmärkten	Culture-Centered-Approach (Ban, 2018) Feminist-Theorie (Lauwo, 2018), Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Als weitere zu erklärende Variablen werden Konstrukte untersucht wie die Mitarbeiterkreativität (z.B. Abdelmoteleb et al., 2018; Chaudhary & Akhouri, 2018; Gharleghi et al., 2018), das Mitarbeiterengagement (z.B. Duthler & Dhanesh, 2018) sowie das Organizational Citizenship Behavior (z.B. Goswami et al., 2018; Iqbal et al., 2018; Ko et al., 2018; Ong et al., 2018). Auch Spezifizierungen werden analysiert, wie das Organizational Citizenship Behavior for the Environment (Tuan, 2018) sowie das Organizational Citizenship Behavior „directed toward the organization and toward coworkers“ (Pérez et al., 2018, S. 3). Weitere zu

erklärende Variablen sind Job Satisfaction (z.B. Lee & Chen, 2018; Pérez et al., 2018; Sarfraz et al., 2018), Organizational Commitment (z.B. Kang et al., 2018; Kim et al., 2018c; Lee & Yoon, 2018; López-Fernández et al., 2018) sowie Innovative Behaviors (z.B. Park et al., 2018).

Die Vermeidung von unerwünschten Verhaltensweisen von Mitarbeitenden ist ebenfalls Teil einiger Untersuchungen. Dazu gehören Konzepte wie Absenteeism (Perez et al., 2018), Counterproductive Work Behavior (Hur et al., 2018b), Employee Cynicism (Serrano-Archimi et al., 2018), Employee Deviance (Choi et al., 2018) sowie Employees' Turnover Intention (Nie et al., 2018). Diese stehen in einem negativen Verhältnis zum wahrgenommenen sozial verantwortungsvollen Unternehmer*innen-Handeln (Serrano-Archimi et al., 2018). Folglich stellen Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive heraus, dass sich CSR-Praktiken nicht nur positiv auf organisational erwünschte Einstellungen und Verhaltensweisen von Mitarbeitenden auswirken, sondern ebenfalls negative reduzieren können.

Überwiegend werden die mediierenden sowie moderierenden Größen der Wirkungsbeziehungen zwischen wahrgenommenen CSR-Praktiken und zu erklärenden Variablen in „moderated mediation framework[s – Anm.d.Verf.]“ untersucht (De Roeck & Farooq, 2018). Als Mediatoren werden Konzepte betrachtet wie Organizational Justice (z.B. Sarfraz et al., 2018), Organizational Pride (z.B. Oo et al., 2018) sowie Organizational Trust (z.B. Ghosh, 2018). Am häufigsten wird die mediierende Wirkung von Organizational Identification untersucht (z.B. Afsar et al., 2018; De Roeck & Farooq, 2018; Goswami et al., 2018). Neben weiteren Moderatoren wird oft der moderierende Einfluss von Führungsstilen auf die Wirkungsbeziehungen zwischen wahrgenommenen CSR-Praktiken und Einstellungs- sowie Verhaltenskonzepten analysiert (z.B. Afsar et al., 2018; Kim et al., 2018d). Überwiegend wird die Wirkung von wahrgenommenen CSR-Praktiken auf Einstellungs- und Verhaltenskonzepte untersucht. Dahingegen liegen in meinem Datensatz weniger Publikationen vor, in denen Mitarbeitende als Treiber*innen für ein sozial verantwortungsvolles Unternehmer*innen-Handeln angesehen werden (z.B. Berg et al., 2018).

Insgesamt basieren die untersuchten Wirkungsbeziehungen überwiegend auf der Social-Identity-Theorie, zum Beispiel nach Abrams und Hogg (1988), Ashforth und Mael (1989) oder Tajfel (1974). Auf dieser Basis wird argumentiert, dass sich Mitarbeitende durch wahrgenommene CSR-Praktiken mit den jeweiligen Organisationen identifizieren (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018; Choi et al., 2018). Neben weiteren theoretischen Ansätzen werden auch die Social-Exchange-Theorie nach Blau (1964) (z.B. Iqbal et al., 2018) sowie die Perceived-Organizational Support-Theorie nach Eisenberger et al. (1986) herangezogen (z.B. Pichler et

al., 2018). Ein weiteres Beispiel ist der Organizational-Justice-Framework (Rupp et al., 2006); demnach werden Gerechtigkeitswahrnehmungen nicht nur davon beeinflusst, wie Mitarbeitende selbst behandelt werden, sondern auch davon, wie Unternehmer*innen mit weiteren, externen Stakeholder-Gruppen umgehen (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018). Die Wirkungsbeziehungen werden überwiegend mithilfe quantitativer Methoden wie der Regressionsanalyse (z.B. Duthler & Dhanesh, 2018), der Faktoranalyse (z.B. De Roeck & Farooq, 2018) sowie der Strukturgleichungsmodellierung (z.B. Abdelmotaleb et al., 2018) untersucht.

Der Anteil von Studien mit *interpretativer* Forschungsperspektive zu CSR und Mitarbeitenden ist in meinem Datensatz im Vergleich zu Studien mit funktionalistischer Perspektive geringer. Auch aus der interpretativen Forschungsperspektive wird angenommen, dass sich CSR-Initiativen förderlich auf positive Einstellungen und Handlungen von Mitarbeitenden auswirken (Potdar et al., 2018). Ahn und Park (2018) zeigen auf Basis der Social-Capital-Theorie nach Nahapiet and Ghoshal (1998), dass CSR-Praktiken das soziale Kapital erhöhen und somit kooperatives Verhalten von Mitarbeitenden fördern. Dadurch wird das langfristige Überleben von Organisationen gesichert. Potdar et al. (2018) argumentieren auf Basis der Social-Exchange-Theorie nach Homans (1958), dass CSR-Praktiken das Engagement von Mitarbeiter*innen steigern, indem diese die Arbeitszufriedenheit, das Vertrauen und die Identifikation mit den jeweiligen Unternehmen erhöhen. Das CSR-Konzept wird aus der interpretativen Forschungsperspektive ebenfalls als Bestandteil von Marketingstrategien sowie als Quelle von Wettbewerbsvorteilen aufgefasst (Potdar et al., 2018).

Zudem wird untersucht, welchen Einfluss Manager*innen und Mitarbeitende auf Mikroebene haben, um CSR-Maßnahmen in Organisationen zu beeinflussen (z.B. Poonamallee & Joy, 2018). Auf Basis von Institutional-Work- und Strategy-as-Practice-Ansätzen wird herausgestellt, wie Mitarbeitende CSR-Initiativen gestalten und organisationalen Wandel erzeugen (z.B. Acquier et al., 2018). Aus der interpretativen Forschungsperspektive wird CSR aufgefasst als ein „socially constructed phenomenon“ (Gond et al., 2018, S. 266). Es wird gezeigt, wie CSR-Verständnisse durch Mikrohandlungen von Mitarbeitenden geformt werden.

Um soziale Phänomene zu verstehen und um Prozesse zu interpretieren, werden Interviews ausgewertet (z.B. Potdar et al., 2018), Daten im Rahmen von Fallstudien untersucht (z.B. Ahn & Park, 2018) sowie eine Feldstudie durchgeführt (Mirvis & Googins, 2018).

Daneben ordnete ich diesem Diskursstrang einige von mir als *multiperspektivisch* kodierten Studien zu, die in 4.3.1 näher beschrieben sind. Dazu gehört die Studie von Cook und Burchell (2018), in der die oft angenommenen positiven Wirkungen von Employee-Volunteering-Konzeptionen aus Sicht verschiedener Akteur*innen kritisch hinterfragt wer-

den. Mun und Jung (2018) zeigen Interessenskonflikte von Personalmanager*innen mit der Umsetzung von CSR-Praktiken auf, die traditionellen Beschäftigungssystemen widersprechen.

Außerdem werden problematische Arbeitsbedingungen in Fabriken aufgedeckt (Arora & Thompson, 2018; Donaghey & Reinecke, 2018). Wie aus 4.3.1 hervorgeht, vergleichen Donaghey und Reinecke (2018) vor dem Hintergrund des Einsturzes des Rana-Plaza-Fabrikgebäudes in Bangladesch im Jahre 2013 zwei Multi-Stakeholder-Initiativen miteinander. Vor dem Hintergrund von Defiziten der am CSR-Konzept orientierten Initiative, sprechen sich die Autor*innen aus ideologiekritischer Perspektive für eine stärkere partizipative Mitbestimmung von Arbeitnehmer*innen auf Basis von demokratischen Prinzipien aus. Arora und Thompson (2018) untersuchen ebenfalls, wie die Bedingungen von Fabrikarbeiter*innen verbessert werden können. In multiperspektivischen Ansätzen, die ideologiekritische Elemente umfassen, zielen Autor*innen zusammenfassend darauf ab, ungleiche Machtverhältnisse aufzudecken und Möglichkeiten des Empowerments von Arbeiter*innen zu beleuchten und zu diskutieren (Arora & Thompson, 2018; Donaghey & Reinecke, 2018).

Aus *poststrukturalistischer* Perspektive werden Beschäftigungsverhältnisse von marginalisierten Arbeiter*innen beleuchtet. Lauwo (2018) und Lee und Parpart (2018) zeigen, dass Belange von marginalisierten Arbeiter*innen bei beschäftigungspolitischen Fragen unberücksichtigt bleiben. Um die im CSR-Diskurs unterdrückten Perspektiven von marginalisierten Personengruppen aufzuzeigen, führen Lee und Parpart (2018) eine kritische Diskursanalyse durch. Lauwo (2018) wählt dafür ein interpretatives, ethnographisches Fallstudiendesign. Gemäß Depner (1981) sind solche qualitativen Methoden am besten geeignet, um individuelles Erfahrungswissen aufzuzeigen (Lauwo, 2018, S. 693). In der Studie von Ban (2018) werden die wesentlichen Unterschiede zwischen diskursiven Konstruktionen der Lohngerechtigkeit von Unternehmer*innen einerseits und Industriearbeitnehmer*innen andererseits herausgestellt. Die diskursiven Konstruktionen seitens der Industriearbeiter*innen deuten auf Lohnmissbrauch hin und heben die unwirksame Durchsetzung von Lohnstandards hervor. Ban (2018) führt ebenfalls eine kritische Diskursanalyse durch, um Interdependenzen zwischen diskursiven Praktiken und sozialen Machtstrukturen herauszustellen.

Als weitere Stakeholder werden in CSR-Artikeln *Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen* separat und gemeinsam fokussiert. Da Wissenschaftler*innen sektorübergreifende Partnerschaften zwischen Regierungs-, Nichtregierungsorganisationen und Unternehmen untersuchen (z.B. Hong & Kim, 2018), fasse ich Artikel zu Regierungs- und Nichtregierungs-

organisationen im folgenden Abschnitt zusammen und beleuchte sie aus verschiedenen Forschungsperspektiven, deren Anteile, Fokusse und Beispiele angewandter Theorien aus der Tabelle 13 hervorgehen. In Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive werden Effekte des Zusammenwirkens von Unternehmen und Regierungs- sowie Nichtregierungsorganisationen analysiert. Aus einer strategischen Managementperspektive geht es um Effizienzfragen von sektorübergreifenden Partnerschaften (Lee et al., 2018a), aber auch um CSR-Maßnahmen als Differenzierungsstrategie von Unternehmen zum Aufbau von Geschäftsbeziehungen mit Regierungsbehörden (Flammer, 2018). Auf Basis der Capital-Accumulation-Theorie (Bourdieu, 1986) stellen Forscher*innen ökonomische Ziele von Nichtregierungsorganisationen heraus, die darin bestehen durch Partnerschaften mit Unternehmen Kapital aufzubauen (Shumate et al., 2018).

Außerdem untersuchen Forscher*innen, wie Regierungs- und/oder Nichtregierungsorganisationen als Treiber von CSR-Initiativen fungieren (z.B. Ali & Frynas, 2018; Berg et al., 2018; Dey et al., 2018; Lee et al., 2018b; Mi et al., 2018; Park & Cave, 2018). Auf Basis der Stakeholder-Theorie (z.B. Freeman, 1984) werden Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen als Stakeholder-Gruppen aufgefasst, welche CSR-Initiativen beeinflussen (z.B. Shnayder & Van Rijnsoever, 2018). Gemäß der Institutional-Theorie können Nichtregierungsorganisationen auch als normative Institutionen verstanden werden, welche durch Werte und Normen prägen, was als soziales Unternehmer*innen-Handeln verstanden werden kann (z.B. Ali & Frynas, 2018). Darüber hinaus wird analysiert, welche institutionellen Faktoren die Bildung von sektorübergreifenden, globalen Allianzen fördern (Yang & Liu, 2018).

Zusätzlich werden aber auch mögliche Reputationsschäden berücksichtigt, die entstehen, wenn Nichtregierungsorganisationen CSR-Initiativen überwachen (Graafland, 2018). Weisen Unternehmen CSR-Leistungen aus, so werden sie auf Basis der sozialen Bewegungstheorie eher von Nichtregierungsorganisationen kontrolliert als Unternehmen ohne CSR-Engagement. Wenn in Unternehmen die ausgewiesenen CSR-Praktiken jedoch nicht richtig umgesetzt werden, stehen sie in der Kritik, mehr noch als Unternehmen, die keine CSR-Praktiken ausweisen. Anstatt negative gesellschaftliche Folgen eines fehlenden CSR-Engagements aufzuzeigen, ist es für die funktionalistische Forschungsperspektive charakteristisch, strategische Implikationen für Unternehmer*innen aufzuzeigen, um Reputationsschäden zu vermeiden (Graafland, 2018, S. 11). Zur Beantwortung der Forschungsfragen basieren die Studien beispielsweise auf einem Experimenten-Design (z.B. Lee et al., 2018a) sowie auf Faktor- und Regressionsanalysen (z.B. Graafland, 2018; Park & Cave, 2018).

Tabelle 13 Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen

Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen (32 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	19 (59,4%)	Messen von Treibern und Effekten des Zusammenwirkens von Unternehmen, Regierungs- und/oder Nichtregierungsorganisationen in der Implementierung von CSR-Praktiken	Capital-Accumulation-Theorie (Shumate et al., 2018), Institutional-Theorie (z.B. Ali & Frynas, 2018), Metagovernance-Theorie (Tang et al., 2018), Social-Movement-Theorie (Graafland, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Mi et al., 2018)
Interpretativ	7 (21,9%)	Verstehen von Motiven, Herausforderungen und Chancen sowie des Prozesses der Zusammenarbeit aus Sicht der Partner*innen in der Umsetzung von CSR-Praktiken	Comparative-Advantage-Theorie (Hong & Kim, 2018), Institutional-Theorie (Campos et al., 2018), Resource-based-View (Fontana, 2018), Sensemaking-Theorie (Campos et al., 2018), Signaling-Theorie (Long, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Long, 2018), Social-Exchange-Theorie (Long, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	6 (18,8%)	Kritisches Hinterfragen der sozialen Wirkung von Partnerschaften aufgrund von Machtasymmetrien und Befürwortung des partizipativen Einflusses von Stakeholdern wie Nichtregierungsorganisationen	Employee-Volunteering-Ansätze (Cook & Burchell, 2018), Human-Rights-Based-Approach (MacKenzie, 2018), Transnational-Labour-Governance-Approaches (Donaghey & Reinecke, 2018), Resource-Exchange-Theorie (Fordham & Robinson, 2018), Stakeholder-Engagement-Theorie (Fordham & Robinson, 2018), Galtung's Violence-Approach (Idemudia, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

In Studien mit *interpretativer* Forschungsperspektive zu Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen geht es darum, Motive der Zusammenarbeit aus Sicht der Partner*innen sektorübergreifender Allianzen zu verstehen. Untersucht werden Vorteile und Kosten einer Partnerschaft zwischen staatlichen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen sowie Nichtregierungsorganisationen (z.B. Hong & Kim, 2018). Deshalb basieren die Studien auch auf ökonomischen Theorien wie dem Resource-based-View nach Barney (1991) (Fontana, 2018) oder der Comparative-Advantages-Theorie, „which asserts that the greater the differences between [...] partners, the greater the benefits“ (Hong & Kim, 2018, S. 299). Demnach entstehen Vorteile und Synergien, wenn Partner*innen sektorübergreifender Allianzen über verschiedene Ressourcen verfügen.

Die Legitimacy-Theorie und die Signaling-Theorie dienen ebenfalls als Erklärung dafür, warum Unternehmen sich in sektorübergreifenden Partnerschaften engagieren, ebenso wie die

Social-Exchange-Theorie. Demnach kalkulieren Partner*innen Kosten und Nutzen der Zusammenarbeit (Long, 2018, S. 203). Gezeigt wird außerdem, wie Führungskräfte von Social Work Organizations Partnerschaften mit dem Wirtschaftssektor im Hinblick auf Herausforderungen und Chancen wahrnehmen (Long, 2018). Ebenfalls wird analysiert, wie Prozesse der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen ablaufen und welchen Einfluss der Kontext auf die Zusammenarbeit habe (Fontana, 2018, S. 328).

Außerdem wird untersucht, wie Nichtregierungsorganisationen die Umsetzung von CSR-Praktiken fördern, wobei es abgrenzend zur funktionalistischen Perspektive nicht darum geht, den Einfluss in Form von Strukturgleichungsmodellen zu messen. Vielmehr wird die Umsetzung von CSR-Praktiken unter Berücksichtigung institutioneller Faktoren auf Basis der Sensemaking-Theorie (Weick, 1995) als „agenda-setting process“ aufgefasst (Campos et al., 2018, S. 647). Die qualitativen Forschungszugänge bestehen aus Fallstudiendesigns zur Untersuchung ausgewählter Allianzen in spezifischen Kontexten (z.B. Campos et al., 2018). Um individuelle Wahrnehmungen auszuwerten, werden Interviews durchgeführt und inhaltsanalytisch ausgewertet (z.B. Fontana, 2018).

Der Einfluss von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen wird auch aus *interpretativ-ideologiekritischer* Perspektive beleuchtet. Ich ordnete die Studie von Donaghey und Reinecke (2018) diesem Diskursstrang zu, da darin die Chancen und Limitationen von sektorübergreifenden Governance-Initiativen diskutiert werden.

Außerdem geht es in Studien, welche die ideologiekritische Perspektive umfassen, um Machtunterschiede zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen, weshalb in der Studie von Cook und Burchell (2018) der positive Nutzen von Employee-Volunteering-Ansätzen für den dritten Sektor kritisch hinterfragt wird. Ich ordnete auch die Studie von Idemudia (2018) diesem Diskursstrang zu, da es in dem Aufsatz um die Frage geht, inwieweit sektorübergreifende Allianzen strukturelle Gewalt in Konfliktzonen abmildern können. Auf Basis des Gewaltkonzepts von Galtung (1990), wonach verschiedene Formen der Gewalt differenziert werden, zeigen die Ergebnisse, dass strukturelle Probleme und Ungleichbehandlungen von Personengruppen durch Partnerschaften aufgrund des Machtgefälles zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen nicht gelöst werden können.

Dennoch ist die Zusammenarbeit in transnationalen Partnerschaften ein Weg, um marginalisierte Personengruppen im Kampf gegenüber ausbeuterischem Unternehmer*innen-Handeln zu ermächtigen (Tysiachniouk et al., 2018). Außerdem wird deutlich, dass durch Nichtregierungsorganisationen Menschenrechtsverletzungen von Organisationen offengelegt werden können (MacKenzie, 2018).

Schließlich fragen Fordham und Robinson (2018) auf Basis eines Stakeholder-Engagement-Ansatzes, durch welche Mechanismen Stakeholder wie Regierungen und Nichtregierungsorganisationen ihre Macht ausweiten können, um Einfluss auf die Umsetzung von CSR-Initiativen zu haben und um marginalisierte lokale Gemeinden zu begünstigen. Die Einflussnahme sollte durch eine starke Beteiligung und durch den Beziehungsaufbau mit Unternehmen erfolgen, anstatt durch ein konfrontatives Vorgehen. In Anlehnung an das Stakeholder-Democracy-Konzept nach Bendell (2005) sind Stakeholder befähigt, CSR-Agenden zu beeinflussen, sofern sie an Macht gewinnen (Fordham & Robinson, 2018, S. 686). In der Studie stehen die individuellen Erfahrungen der Interviewten im Vordergrund (Fordham & Robinson, 2018, S. 679).

Die Wirkung von CSR-Initiativen auf *Kund*innen* wird aus den folgenden Forschungsperspektiven wie folgt untersucht (s. Tabelle 14).

Tabelle 14 Kund*innen

Kund*innen (24 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	21 (87,5%)	Messen des Zusammenhangs zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Kund*innen	Social-Exchange-Theorie (z.B. Hur et al., 2018a), Social-Identity-Theorie (z.B. Hur et al., 2018a), Legitimacy-Theorie (z.B. Lee et al. 2018d), Stakeholder-Theorie (z.B. Mi et al., 2018)
Interpretativ	3 (12,5%)	Analyse des Beitrags von Kund*innen bei der Umsetzung von Krisenbewältigungsstrategien und dem langfristigen Bestehen von Organisationen	Identification-Approach (Fortunato, 2018), Institutional-Theorie (Campos et al., 2018), Sensemaking-Theorie (Campos et al., 2018), Social Capital-Theorie (Ahn & Park, 2018), Stakeholder-Theorie (Fortunato, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Über 87 Prozent der Studien kodierte ich als *funktionalistisch*. Darin wird CSR überwiegend als eine unabhängige Variable konzeptualisiert, die sich positiv auf die Einstellungen und das Verhalten von Kund*innen und somit auf den Unternehmenserfolg auswirkt. Beispielsweise zeigt die Studie von Hafez (2018), dass sich CSR-Praktiken als Differenzierungsstrategie positiv auf das Unternehmensimage, die Markenbekanntheit sowie auf den Markenwert von Banken auswirken.

Weitere untersuchte Variablen sind Consumer-Trust (Lii et al., 2018), Commitment sowie Customer-Company-Identification (Hur et al., 2018a). Häufig basieren die Studien auf der

Social-Identity-Theorie, zum Beispiel nach Tajfel und Turner (1986), um zu zeigen, dass Kund*innen Unternehmen unterstützen, sofern sie sich durch CSR-Maßnahmen damit identifizieren (z.B. Devlin & Sheehan, 2018; Hur et al. 2018a). Außerdem wird untersucht, wie Kund*innen durch CSR-Kommunikationsmaßnahmen auf sozialen Medien beeinflusst werden (Araujo & Kollat, 2018; Devlin & Sheehan, 2018; Lee et al., 2018d).

Auf Basis der Stakeholder-Theorie (Clarkson, 1995) wird deutlich, dass Kund*innen zu den primären Stakeholder-Gruppen gehören, die die Umsetzung von CSR-Initiativen vorantreiben (z.B. Berg et. al. 2018). Die Artikel sind überwiegend quantitativ mit einem hohen Anteil experimenteller Studiendesigns (z.B. Lee et al., 2018d; Shnayder & Van Rijnsoever, 2018; Widmar et al., 2018).

Drei Artikel dieses Diskursstrangs ordnete ich der *interpretativen* Forschungsperspektive zu. Fortunato (2018) untersucht auf Basis der Stakeholder-Theorie (Freeman 1984), welche Bedeutung Fans – als Kund*innen von Sportorganisationen – bei Krisenbewältigungen durch eine hohe Teamidentifikation haben können. Die Beziehungspflege zu Kund*innen wird als eine relevante Fähigkeit in der Krisenbewältigung angesehen. Charakteristisch für die interpretative Forschungsperspektive ist es, soziale Handlungen einer Organisation in einem realen Krisenkontext nachvollziehend zu analysieren (Fortunato, 2018, S. 779).

In der Studie von Campos et al. (2018) wird deutlich, dass Kund*innen Organisationen in der Umsetzung von CSR-Agenden beeinflussen. Auf Basis der Institutional- und der Sensemaking-Theorie wird herausgestellt, dass die Implementierung von CSR-Agenden als ein Prozess verstanden werden kann, der durch Stakeholder wie Kund*innen beeinflusst wird. Schließlich zeigen Ahn und Park (2018), dass sozial verantwortliche Organisationen durch die Beeinflussung von Stakeholdern, darunter Kund*innen, langfristig am Markt bestehen, indem diese Sozialkapital aufbauen und Legitimität erhalten.

Zur Beantwortung der Forschungsfragen werden im Rahmen qualitativer Fallstudien-Designs Interviews, Dokumente und Webseiten inhaltsanalytisch ausgewertet (Ahn & Park, 2018; Campos et al., 2018; Fortunato, 2018).

4.3.4 Ausgewählte Führungs- und Management-Aspekte von CSR-Praktiken

Der Diskurs wird ebenfalls konstituiert durch Diskursstränge zur CSR-Kommunikation, zu Führungsthemen, zu CSR-Aspekten in Lieferketten und zu Implementierungsprozessen (s. Tabelle 15).

Tabelle 15 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu ausgewählten Führungs- und Management-Aspekten von CSR-Praktiken

Forschungsperspektive	Ausgewählte Führungs- und Management-Aspekte von CSR-Praktiken							
	CSR-Kommunikation		Führungsaspekte		Implementierungsprozesse		Supply-Chain-Management-Aspekte	
Erhaltend	36	19,3%	27	14,4%	15	8%	5	2,7%
Funktionalistisch	30		25		5		4	
Interpretativ	5		2		9		1	
Funktionalistisch-interpretativ	1		0		1		0	
Politisierend	5	2,7%	0	0%	0	0%	1	0,5%
Ideologiekritisch	1		0		0		0	
Poststrukturalistisch	4		0		0		1	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0		0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4	2,1%	0	0%	1	0,5%	2	1,1%
Insgesamt	45	24,1%	27	14,4%	16	8,6%	8	4,3%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

Die Anteile der Forschungsperspektiven im Diskursstrang zur *CSR-Kommunikation* werden in der Tabelle 16 konkretisiert. Wie in fast allen Diskurssträngen überwiegt die *funktionalistische* Forschungsperspektive. Darin stehen Effektivitätsfragen von Kommunikationsstrategien im Fokus (z.B. Araujo & Kollat, 2018). Zielsetzungen bestehen in der Entwicklung und Anwendung von Transparenzindizes (z.B. Álvarez-González et al., 2018) und in der Analyse der Qualität von CSR-Berichten (z.B. Ballou et al., 2018). Verglichen werden formelle und informelle Kommunikationswege von Organisationen (Reilly & Larya, 2018) sowie Best-Practices der CSR-Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten (Tomaselli et al., 2018). Autor*innen analysieren den Einfluss verschiedener Faktoren auf das Ausmaß der Offenlegung von CSR-Initiativen (z.B. Schreck & Raithel, 2018). Häufig wenden Autor*innen die Legitimacy-Theorie (z.B. Dowling & Pfeffer, 1975) an und stellen Kommunikationsstrategien als ein Mittel dar, um organisationale Legitimität aufzubauen (z.B. Suárez-Rico et al., 2018). Überwiegend werden quantitative Methoden durchgeführt. In Mixed-Methods-Ansätzen kombinieren Wissenschaftler*innen zum Beispiel qualitative Inhaltsanalysen von CSR-Reports und Tweets mit Häufigkeits- und Regressionsanalysen (z.B. Ali & Frynas, 2018; Reilly & Larya, 2018).

Das CSR-Kommunikationsthema wird auch aus der *interpretativen* Forschungsperspektive beforscht. El-Bassiouny et al. (2018) analysieren CSR-Kommunikationsmuster in einem

Tabelle 16 CSR-Kommunikation

CSR-Kommunikation (45 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	30 (66,7%)	Messen der Effektivität von CSR-Kommunikationsstrategien	Communication-Theorie (z.B. Araujo & Kollat, 2018), Institutional-Theorie (z.B. Griffin & Youm, 2018), Social-Identity-Theorie (z.B. Devlin & Sheehan, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Lee et al., 2018d), Stakeholder-Theorie (z.B. Gianfelici et al., 2018),
Interpretativ	5 (11,1%)	Verstehen von CSR-Praktiken und Kommunikationsmustern in bestimmten Kontexten und bei Krisen	Agency-Theorie (El-Bassiouny et al., 2018), Brand-Management-Theorie (Samuel et al., 2018), Communication-Theorie (El-Bassiouny et al., 2018), Signaling-Theorie (El-Bassiouny et al., 2018), Situational-Crisis-Communication-Theorie (z.B. Comyns & Franklin-Johnson, 2018), Legitimacy-Theorie (El-Bassiouny et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. El-Bassiouny et al., 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	1 (2,2%)	Analyse des Einflusses von CSR-Kommunikationsmaßnahmen zur Verbesserung des Image von Organisationen	Relationship-/Image-Management-Frameworks (Pang et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4 (8,9%)	Verstehen von Gründen und Motiven der CSR-Berichterstattung in bestimmten (kritischen) Branchen/Kontexten sowie Offenlegung von Täuschungsstrategien	Legitimacy-Theorie (z.B. Arena et al., 2018a)
Ideologiekritisch	1 (2,2%)	Offenlegung von Täuschungsstrategien von Organisationen in der CSR-Kommunikation	-
Poststrukturalistisch	4 (8,9%)	Beleuchtung von diskursiven Praktiken in der CSR-Berichterstattung	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018), Culture-Centered-Approach (Ban, 2018), Feminist-Theorie (Lauwo, 2018), Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

bestimmten Länderkontext. Die Zielsetzung ist es, Kommunikationsinhalte, Kommunikationskanäle und Kommunikationsstrategien kontextabhängig und ohne Generalisierungsanspruch zu beleuchten (El-Bassiouny et al., 2018, S. 795 f.). Die Autor*innen untersuchen

auch, welche Begrifflichkeiten in der Unternehmenskommunikation für die soziale Verantwortung verwendet werden. Deutlich wird, dass Organisationen häufig einen anderen Terminus verwenden als CSR, was auf eine indirekte Kommunikation schließen lässt, um negative Konnotationen mit dem CSR-Begriff zu vermeiden. Folglich wird auch die Verwendung der Sprache analysiert (El-Bassiouny et al., 2018, S. 803).

In dem Diskursstrang wird ebenfalls untersucht, welche Bedeutung Kommunikation im Stakeholder-Engagement-Prozess hat (Lane & Devin, 2018) und wie sich CSR-Kommunikationsmaßnahmen auf die Authentizitätslücke eines Unternehmens auswirken (Samuel et al., 2018, S. 55). Außerdem wird die Rolle der Kommunikation analysiert, um in kollektiven Krisen Reputationsschäden zu verringern (z.B. Comyns & Franklin-Johnson, 2018). Um Kommunikationsstrategien zu analysieren, geht es vor allem darum, zu verstehen, wie Statements von Organisationen formuliert werden (Comyns & Franklin-Johnson, 2018, S. 168 f.).

Neben den von Morsing und Schultz (2006) differenzierten Kommunikationsstrategien wird in Anlehnung an vorherige Arbeiten (Amaladoss & Manohar, 2013; Bonsón & Bednárová, 2015) die Relevanz der Stakeholder- und der Legitimacy-Theorie für diesen Diskursstrang herausgestellt. CSR-Kommunikation wird demnach interpretiert als ein Mittel zur Reduzierung von Informationsasymmetrien, sodass Organisationen von Stakeholdern als legitime Akteur*innen angesehen werden (El-Bassiouny et al., 2018, S. 797).

Die Autoren*innen der genannten Studien verwenden qualitative Methoden wie zum Beispiel den Fokusgruppenansatz. Diese Methode ermöglicht es Teilnehmenden, auf den Ansichten anderer aufzubauen, um damit Einblicke in komplexe Themen zu geben. Die Interpretationen der Teilnehmenden stehen im Vordergrund (Samuel et al., 2018, S. 57). Außerdem werden Fallstudien sowie Dokumenten- und Inhaltsanalysen durchgeführt (z.B. Lane & Devlin, 2018). Mithilfe dieser Methoden werden Muster in spezifischen Kontexten ohne Generalisierungsanspruch interpretiert (El-Bassiouny et al., 2018, S. 795). Deutlich wird, dass inhaltsanalytische Methoden subjektive Interpretationen zulassen und dass sie besonders geeignet sind, um das Zusammenspiel zwischen Inhalt und Kontext zu beleuchten (Lane & Devin, 2018, S. 270).

Neben einem *funktionalistisch-interpretativen* Artikel zur Nutzung von CSR-Kommunikationsmaßnahmen für ein positives Unternehmensimage (Pang et al., 2018) finden sich weitere multiperspektivische Artikel im Datensatz. Nämlich welche, in denen erhaltende und politisierende Forschungsziele kombiniert werden. Ich ordnete die bereits dargelegten Studien von Arora und Thompson (2018) sowie von McDaniel et al. (2018) diesem Diskurs-

strang zu. Dies begründet sich darin, dass es darum geht, zu untersuchen, wie digitale Kommunikationstools eingesetzt werden können, um Fabrikarbeiter*innen zu ermächtigen (Arora & Thompson, 2018), und wie die Medienberichterstattung über CSR genutzt wird, um die Öffentlichkeit getrieben von Unternehmensinteressen zu manipulieren (McDaniel et al., 2018). Ich verortete die Studie von Arena et al. (2018a) ebenfalls in diesem Diskursstrang, da darin Gründe der CSR-Berichterstattung untersucht werden. Aus der ideologiekritischen Perspektive werden Lücken in der Offenlegung von Themen wie Kinderarbeit, Korruption und Menschenrechte aufgedeckt und gezeigt, dass offengelegte Maßnahmen von den tatsächlichen sozialen Leistungen abweichen.

Insgesamt werden auf Basis legitimationstheoretischer Argumentationen wahrheitsverzerrende Strategien von Unternehmen im CSR-Reporting und in der CSR-Kommunikation aufgedeckt. Dies geht sowohl aus der *funktionalistisch-ideologiekritischen* Studie von Waniak-Michalak et al. (2018) als auch aus der *ideologiekritischen* Studie von Petticrew et al. (2018) hervor.

Im Diskursstrang zur CSR-Kommunikation ist der Anteil von Studien mit *poststrukturalistischer* Forschungsperspektive vergleichsweise hoch. Idealtypisch für diese Perspektive (Sieben, 2007b, S. 108) werden in den Artikeln CSR-Kommunikationsmaßnahmen als diskursive Formation aufgefasst. Lauwo (2018) und Lee und Parpart (2018) zeigen, dass durch CSR-Berichterstattungspraktiken Ungleichbehandlungen im Arbeitskontext hervorgebracht werden. Die Studie von Ban (2018) ordnete ich ebenfalls diesem Diskursstrang zu, da darin Diskursfragmente von CSR-Reports Erfahrungsberichten von Mitarbeiter*innen gegenübergestellt werden.

Um die konstituierende Wirkung von CSR-Offenlegungspraktiken aufzuzeigen, eignet sich die CCO-Perspektive (Ashcraft et al., 2009; Putnam & Nicotera, 2009; Putnam et al., 2016; Taylor & Van Every, 2000), die Hoffmann (2018, S. 669) in seiner Analyse zu Paradoxien der CSR-Forschung anwendet. Aus der CCO-Perspektive werden Organisationen durch kommunikative Praktiken konstituiert: „the CCO perspective does not look at the communication of practices *within* organizational structures, but instead analyzes the organization as communication“ (Hoffmann, 2018, S. 669 – Herv.i.O.) Die Vorzüge der Anwendung einer CCO-Perspektive stellt Hoffmann (2018) im Vergleich zum Einnehmen einer Management- sowie einer ideologiekritischen Perspektive auch mit Blick auf das CSR-Kommunikationsthema heraus. Während Unternehmen aus einer Managementperspektive Strategien verfolgen sollten, mit denen ihre CSR-Kommunikation möglichst implizit und somit glaubhaft erscheint, lehnen ideologiekritische Forscher*innen sowohl explizite als auch

implizite CSR-Kommunikationsstrategien aufgrund ihrer Schönfärberei ab (Hoffmann, 2018, S. 678 f.). In Abgrenzung dazu wird durch die CCO-Perspektive sowohl die explizite als auch die implizite CSR-Kommunikation wertgeschätzt (Hoffmann, 2018, S. 679). Wie es für die poststrukturalistische Perspektive charakteristisch ist, geht es auch bei Hoffmann (2018, S. 669) um die konstituierende Wirkung von CSR-Kommunikationspraktiken in Verbindung mit Sensemaking-Prozessen.

Angewendet werden ausschließlich qualitative Methoden wie die qualitative Meta-Analyse (Hoffmann, 2018), die Diskursanalyse (z.B. Lee & Parpart, 2018) oder die interpretative ethnografische Fallstudie (Lauwo, 2018), die geeignet sind, um individuelle Erfahrungen und marginalisierte Stimmen zu berücksichtigen.

Ein weiteres Thema im gebündelten Diskursstrang ist der Zusammenhang zwischen *CSR- und Führungsaspekten*. Dieses Thema wird innerhalb meines Datensatzes fast ausschließlich funktionalistisch erforscht. Dies geht aus der Tabelle 17 hervor.

In Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive werden Korrelationen zwischen Führungsstilen, CSR-Praktiken (z.B. Pasricha et al., 2018) und/oder Konstrukten wie Organizational Performance untersucht (z.B. Khan et al., 2018). Analysierte Führungskonzepte sind Authentic Leadership (z.B. Kim et al., 2018d), Charismatic Leadership (Papagiannakis & Lioukas, 2018), Transformational Leadership (z.B. Goswami et al., 2018), Ethical Leadership (z.B. Kim & Thapa, 2018) sowie Environmentally Specific Servant Leadership (z.B. Afsar et al., 2018). Diese Führungsstile haben einen positiven Einfluss auf sozial verantwortliches Handeln in Organisationen. Häufig werden moderierende Effekte dieser Führungsstile auf die Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltenskonzepten von Mitarbeitenden analysiert (z.B. Goswami et al., 2018; Kim et al., 2018d; Tuan, 2018).

Außerdem untersuchen Autor*innen, welche Einstellungen und Eigenschaften von Führungskräften und Vorstandsvorsitzenden für die CSR-Implementierung erfolgskritisch seien (z.B. Kim et al., 2018b). Zudem analysieren Wissenschaftler*innen die Auswirkungen der personellen Zusammenstellung des Vorstandes (z.B. García-Sánchez et al., 2018). Beispielsweise werden Hypothesen zur Umsetzung von CSR-Maßnahmen in Abhängigkeit vom Anteil weiblicher Vorstandsmitglieder getestet (Cook & Glass, 2018). Die Studie von Cook und Glass (2018) belegt ein höheres CSR-Engagement durch weibliche Vorstandsvorsitzende und stellt die Relevanz der Geschlechtervielfalt im Vorstand heraus. Dafür werden die Critical-Mass-Theorie (Dahlerup, 2006) und die Token-Theorie angewendet. In beiden Theorien wird

Tabelle 17 Führungsaspekte

Führungsaspekte (27 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	25 (92,6%)	Messen der Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Führungsstilen	Agency-Theorie (z.B. El-Kassar et al., 2018), Critical-Mass-Theorie (Cook & Glass, 2018), Cue-Consistency-Theorie (De Roeck & Farooq, 2018), Social-Cognitive-Theorie (Papagiannakis & Lioukas, 2018), Social-Identity-Theorie (z.B. Afsar et al., 2018), Social-Exchange-Theorie (Iqbal et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. El-Kassar et al., 2018), Token-Theorie (Cook & Glass, 2018), Upper-Echelons-Theorie (z.B. Arena et al., 2018b)
Interpretativ	2 (7,4%)	Verstehen von Denkweisen und Handlungen von Führungskräften bei der Implementierung von CSR-Praktiken	Sozialtheoretische und moralpsychologische Perspektiven (Hemingway & Starkey, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

angenommen, dass der Einfluss von Frauen in Organisationen davon abhängt, in welcher Anzahl diese vertreten seien (Cook & Glass, 2018).

Überwiegend wird in diesem Diskursstrang die Upper-Echelon-Theorie nach Hambrick und Mason (1984) angewendet. Demnach wird angenommen, dass organisationale Entscheidungen durch demographische und psychologische Eigenschaften von Manager*innen der oberen Führungsebene geprägt werden. Auf dieser Basis wird analysiert, welche Eigenschaften von Vorstandsmitgliedern sozial verantwortliche Praktiken beeinflussen (z.B. Arena et al., 2018b; Suárez-Rico et al., 2018). Die Artikel mit funktionalistischer Forschungsperspektive sind ausschließlich quantitativ.

Zwei Artikel zum Führungsthema ordnete ich der *interpretativen* Forschungsperspektive zu. Darin geht es darum, Prozesse und Denkweisen von Führungskräften zu verstehen, die ein soziales Unternehmer*innen-Handeln fördern (Casado, 2018; Hemingway & Starkey, 2018). Casado (2018) untersucht, welche Mechanismen eine Führungskraft einsetzt, um die Umsetzung von CSR-Praktiken zu verstärken. So wie es für die interpretative Forschungsperspektive üblich ist, wird die Frage kontextabhängig analysiert und hat keinen Generalisierungsanspruch (Casado, 2018, S. 495). Die Studie von Hemingway und Starkey (2018) basiert auf sozialtheoretischen (Archer, 2003, 2012), sozialpsychologischen (Schwartz, 2010) und moralpsychologischen Ansätzen (Narvaez, 2009), um transformative Erfahrungen von Führungskräften zu beleuchten, die ein verantwortungsvolles Führungsverhalten hervorrufen. In

den zwei Studien werden Fallstudiendesigns angewendet und Tiefeninterviews inhaltsanalytisch ausgewertet, um Erfahrungen von Individuen in den Vordergrund zu stellen (Casado, 2018; Hemingway & Starkey, 2018).

Der Zusammenhang zwischen CSR- und Führungsaspekten wird in meinem Datensatz nicht aus *politikorientierter* Perspektive beleuchtet.

Der gebündelte Diskursstrang über ausgewählte Führungs- und Management-Aspekte umfasst ebenfalls Studien zu *Implementierungsprozessen*. Die Anteile der Forschungsperspektiven gehen aus der folgenden Tabelle 18 hervor.

Im Vergleich zu den anderen Themen ist der Anteil von Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive zu Implementierungsprozessen recht gering. Ich ordnete nur fünf von 16 Artikeln der funktionalistischen Forschungsperspektive zu. Tang und Demeritt (2018) untersuchen in ihrer Mixed-Methods-Studie, welche strukturellen Prozesse die Einführung von Offenlegungspflichten nach sich ziehen, ohne die Bedeutungszuschreibung Einzelner zu interpretieren. Alois (2018) analysiert die Umsetzung von „Better Work“, einer Multi-Stakeholder-Initiative zur Verbesserung von Arbeitsstandards in der Bekleidungsindustrie. Dabei wird das Ziel verfolgt, generalisierbare Erkenntnisse für weitere Multi-Stakeholder-Initiativen herzuleiten. So wird deutlich, dass in der Implementierung Überwachungs-, Schulungs- und Beratungsprozesse erfolgskritisch seien. Cazeri et al. (2018) bewerten die Integration von CSR-Praktiken in Managementsystemen in Brasilien entlang eines Phasenmodells nach Asif et al. (2013). Die Autor*innen differenzieren dabei zwischen CSR-Praktiken der Planungs-, Durchführungs-, Überprüfungs- und Handlungsphase und schlussfolgern, dass es besonders in der Planungsphase Verbesserungspotential gebe.

Außerdem werden Kompetenzen und kognitive Rollen von CSR-Manager*innen im Implementierungsprozess analysiert (Khan, 2018; Osagie et al., 2018). In der Studie von Osagie et al. (2018) wird untersucht, welche Faktoren die Kompetenzentwicklung von CSR-Führungskräften beeinflussen, die für die CSR-Implementierung wichtig seien. Khan (2018, S. 917) analysiert, wie strategische Kognitionen von Manager*innen in der CSR-Strategieformulierung und Implementierung gemessen werden können und untersucht die Korrelation mit der Leistung und der Reputation von Organisationen. Die Studie basiert auf dem Strategy-as-Practice-Ansatz (Whittington, 2003) und der Sensemaking-Theorie (z.B. Weick et al., 2005), um die strategischen Kognitionen von Manager*innen zu analysieren. Außerdem wird der Resource-based-View (Barney et al., 2011) angewendet, um den Einfluss auf die Reputation zu verdeutlichen. Nicht das Nachvollziehen der Sensemaking-Prozesse der

Tabelle 18 Implementierungsprozesse

Implementierungsprozesse (16 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	5 (31,3%)	Analyse der CSR-Implementierung mit Blick auf verschiedene Prozessphasen	Learning-Theorien (Osagie et al., 2018), Resource-based-View (Khan, 2018), Sensemaking-Theorie (Khan, 2018), Strategy-as-Practice Approach (Khan, 2018)
Interpretativ	9 (56,3%)	Nachvollziehen von Prozessen und individuellen Wahrnehmungen von Manager*innen in der CSR-Implementierung	Institutional-Theorie (z.B. Campos et al., 2018), Institutional-Work-Perspektive (z.B. Acquier et al., 2018), Sensemaking-Theorie (z.B. Richter & Arndt, 2018), Stakeholder-Engagement-Theorie (z.B. Lane & Devin, 2018), Strategy-as-Practice-Approach (Gond et al., 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	1 (6,3%)	Analyse des Zusammenhangs zwischen der Implementierung von sozial verantwortungsvollen Produkten und dem Betriebsmanagement von Organisationen	-
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	1 (6,3%)	Offenlegung von Machtkämpfen verschiedener Interessensgruppen in der Implementierung von CSR-Praktiken	Transnational-Labour-Governance-Approaches (Donaghey & Reinecke, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

CSR-Manager*innen steht im Vordergrund, sondern das Messen der Zusammenhänge zwischen der CSR-Implementierung, der Leistung sowie der Reputation von Organisationen (Khan, 2018, S. 919). In den Studien von Khan (2018) und Osagie et al. (2018) werden Befragungen durchgeführt und die Zusammenhänge mithilfe von Faktor- und Regressionsanalysen gemessen.

Dies grenzt sich ab von der Studie von Richter und Arndt (2018), die ebenfalls eine Sensemaking-Perspektive (Weick 1993, 1995) einnehmen und im Unterschied zu Khan (2018) kognitive Prozesse von Manager*innen aus der *interpretativen* Forschungsperspektive tiefenanalytisch untersuchen. Charakteristisch für die interpretative Forschung ist das Einnehmen einer Prozessperspektive (z.B. Lane & Devin, 2018), wobei Handlungen von Akteur*innen in der Umsetzung von CSR-Praktiken im Fokus des Erkenntnisinteresses stehen. Dabei werden institutionelle Faktoren berücksichtigt (Campos et al., 2018) und Herausforderungen in der Implementierung analysiert (van der Ploeg & Vanclay, 2018). Poonamallee und Joy (2018)

identifizieren Verhaltensweisen von Manager*innen auf Mikroebene, welche die Implementierung von CSR-Initiativen auf Makroebene fördern.

Außerdem wird das Stakeholder-Engagement-Konzept (Devin & Lane, 2014) analysiert, allerdings nicht aus einer politikorientierten Kritik heraus, die eine stärkere Befähigung von Stakeholdern in CSR-Entscheidungsprozessen fordert, sondern vielmehr mit dem Ziel, zu verstehen, wie Stakeholder-Engagement umgesetzt werden kann (z.B. Lane & Devin, 2018).

Auch wenn Mikroverhaltensweisen von Akteur*innen fokussiert werden (z.B. Campos et al., 2018), wird in diesen Studien kein politisierendes Forschungsziel verfolgt. Vielmehr geht es um das Nachvollziehen von Prozessen in der CSR-Implementierung (z.B. Moggi et al., 2018). Die Umsetzung von CSR-Praktiken wird auf Basis von Institutional-Work-Ansätzen untersucht (z.B. Acquier et al., 2018, S. 627). Auch die Strategy-as-Practice-Perspektive wird eingenommen, um die folgende Frage zu analysieren: „How do actors make things strategic by shifting the boundaries of what is regarded as strategy within organization?“ (Gond et al., 2018, S. 242 – i.O.herv.). In Bezug auf die CSR-Implementierung wird untersucht, wie CSR-Aspekte durch Akteur*innen zu einer Strategie entwickelt werden (Gond et al., 2018, S. 241). In den Studien geht es darum, Prozesse interpretativ zu verstehen, wofür teilweise auch longitudinale Studiendesigns verwendet werden (z.B. Moggi et al., 2018). Im Rahmen von Fallstudien werden Interviews und Dokumente ausgewertet und narrative Analysen durchgeführt (z.B. Acquier et al., 2018). Die Durchführung von narrativen Analysen wird von Sieben (2007b, S. 141) als beispielhafte Methode der interpretativen Forschungsperspektive hervorgehoben.

Außerdem zeigt Sieben (2007b, S. 142), dass sich an interpretative Studien häufig funktionalistische Methoden anschließen. Ein solches Beispiel ist die von mir als *funktionalistisch-interpretativ* kodierte Studie von Bruccoleri et al. (2018). Darin kombinieren die Forscher*innen explorative Interviews mit quantitativen Verfahren, zunächst um zu interpretieren und um daraufhin zu testen, wie die Implementierung sozial verantwortlicher Produkte und Dienstleitungen Abläufe in Organisationen verändern.

In der *multiperspektivischen* Studie von Donaghey und Reinecke (2018) wird aus der *ideologiekritischen* Forschungsperspektive offengelegt, dass Implementierungsprozesse von CSR-Praktiken Aushandlungsprozesse darstellen, die geprägt sind durch Machtkämpfe und Konflikte verschiedener Interessensgruppen. So wird aufgedeckt, wie sich lokale Industrievertreter*innen gegen Maßnahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen wehren und welche Strategien wiederum Vertreter*innen der Multi-Stakeholder-Abkommen anwenden, um CSR-Praktiken gegen den Widerstand von Industrievertreter*innen durchzusetzen.

Am Beispiel der Studie von Donaghey und Reinecke (2018) wird deutlich, dass CSR-Aspekte auch im Kontext globaler Lieferketten analysiert werden, was ein weiteres Thema dieses gebündelten Diskursstrangs darstellt. In der Tabelle 19 wird zusammengefasst, wie *Supply-Chain-Management-Aspekte* aus den verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden. In meinem Datensatz werden einerseits Zuliefer*innen als Stakeholder aufgefasst, welche die Umsetzung von CSR-Praktiken beeinflussen. Solche Studien ordnete ich dem bereits dargelegten Stakeholder-Diskursstrang zu (s. 4.3.3). Andererseits werden Supply-Chain-Management-Aspekte analysiert. Studien, in denen *Management-Aspekte* im Kontext komplexer Lieferketten im Fokus stehen, ordnete ich aufgrund der thematischen Ausrichtung diesem Management-Diskursstrang zu.

Aus *funktionalistischer* Perspektive wird die Implementierung von CSR- sowie von Supply-Chain-Management-Praktiken als Strategie aufgefasst, die zur Erzielung der Unternehmensleistung unabdingbar sei (Valdez-Juárez et al., 2018). Auf Basis der Stakeholder-Theorie (Brown & Forster, 2013; Freeman et al., 2010) untersuchen Valdez-Juárez et al. (2018) den Einfluss von CSR- und Supply-Chain-Management-Praktiken auf die Schaffung von Innovationen, welche die Reputation, das Image sowie die Profitabilität von Unternehmen fördern. Die Ergebnisse bestätigen, dass die Implementierung von CSR- sowie von Supply-Chain-Management-Praktiken organisationale Vorteile hervorbringen.

Aus funktionalistischer Perspektive geht es ebenfalls darum, die Einhaltung von Standards über die Lieferkette hinweg zu gewährleisten. Vor diesem Hintergrund leitet Alois (2018) Best-Practices zur Verbesserung von Arbeitsstandards innerhalb der Lieferkette her. Das Ziel besteht darin, am Beispiel einer erfolgreichen Multi-Stakeholder-Initiative Lehren für weitere Initiativen zur Steuerung globaler Lieferketten herzuleiten.

Schließlich werden Auswirkungen von CSR-Kodizes und Gesetzen innerhalb der Lieferkette untersucht (z.B. Tsai & Wu, 2018). In Anlehnung an die Transnational-Private-Regulation-Theorie zeigen Tsai und Wu (2018) am Beispiel der Regulierung von Konfliktmineralien, dass private CSR-Standards, die in einem Bottom-up-Ansatz entstehen, von Zuliefer*innen eher akzeptiert werden als Gesetze ausländischer Regierungen, die in einem Top-down-Ansatz durchgesetzt werden. Typischerweise überwiegen quantitative Analyseverfahren. Auf Basis von Befragungen (z.B. Tsai & Wu, 2018) werden Wirkungsbeziehungen durch Methoden wie Regressionsanalysen untersucht (z.B. Bergmann & Posch, 2018).

Der Einsturz des Rana-Plaza-Gebäudes in Bangladesch im Jahre 2013 ist ein Ereignis, welches im Rahmen der Supply-Chain-Management-Thematik wiederkehrend untersucht wird.

Tabelle 19 Supply-Chain-Management-Aspekte

Supply-Chain-Management-Aspekte (8 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	4 (50%)	Messen der Zusammenhänge zwischen der Implementierung von CSR- und Supply Chain Management-Praktiken und Variablen des Unternehmenserfolgs	Stakeholder-Theorie (z.B. Valdez-Juárez et al., 2018), Transnational-Private-Regulation-Theorie (Tsai & Wu, 2018)
Interpretativ	1 (12,5%)	Verstehen von Krisenbewältigungsstrategien in globalen Lieferketten	Situational-Crisis-Communication-Theorie (Comyns & Franklin-Johnson, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	2 (25%)	Offenlegung der Grenzen des CSR-Konzeptes zur Steuerung transnationaler Arbeitsbeziehungen und Aufzeigen problematischer Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten	Transnational-Labour-Governance-Approaches (Donaghey & Reinecke, 2018)
Poststrukturalistisch	1 (12,5%)	Beleuchtung der Wahrnehmungen von Arbeitnehmer*innen in Lieferketten im diskursiven Prozess über Lohngerechtigkeit	Culture-Centered-Approach (Ban, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Dies zeigt auch mein Datensatz; darin wird der Einsturz des Fabrikgebäudes sowohl interpretativ als auch multiperspektivisch beleuchtet.

Am Beispiel der Rana-Plaza-Katastrophe untersuchen Comyns und Franklin-Johnson (2018) Krisenbewältigungsstrategien in globalen Lieferketten im Hinblick auf kollektiv ausgelöste Krisen aus der *interpretativen* Forschungsperspektive. Im Sinne einer erhaltenden Zielsetzung stehen nicht die Missstände der betroffenen Arbeitnehmer*innen im Fokus, sondern die Eingrenzung potentieller Reputationsbedrohungen von Organisationen. Der emergente Forschungsweg der Studie wird durch die Anwendung induktiver, qualitativer Methoden nach Eisenhardt (1989, 1991) deutlich (Comyns & Franklin-Johnson, 2018).

Gemäß Donaghey und Reinecke (2018, S. 14 f.) hat sich das Rana-Plaza-Unglück als Symbolik für Arbeitsrechtsprobleme in globalen Lieferketten entwickelt. In der *multiperspektivischen* Studie geht es aus einer erhaltenden Perspektive darum, das Wirken von Governance-Initiativen zur Verbesserung von Standards entlang der Lieferkette zu verstehen. Aus ideologiekritischer Perspektive werden allerdings strukturelle Probleme deutlich, die sich vor allem auf die ausbaufähige Teilhabe der betroffenen Arbeiter*innen beziehen (Donaghey & Reinecke, 2018).

Ich ordnete die Studie von Arora und Thompson (2018) ebenfalls diesem Diskursstrang zu, da darin ungleiche Machtverhältnisse in Lieferketten aufgedeckt werden und untersucht wird, inwieweit die Stimmen von Fabrikarbeiter*innen durch digitale Tools berücksichtigt werden können, um Missstände innerhalb von Lieferketten zu überwinden. In der Studie wird aufgedeckt, dass bei der Weitergabe der Sichtweisen von Arbeiter*innen ungleiche Machtverhältnisse wirken, sodass die Nutzung digitaler Tools für die digitale Gewerkschaftsbildung noch in Frage gestellt wird (Arora & Thompson, 2018, S. 2328).

In der *poststrukturalistischen* Forschung stehen diskursive Prozesse im Fokus, um Stimmen und subjektive Wahrnehmungen von Arbeiter*innen in der Lieferkette zu beleuchten (Ban, 2018). In der Studie von Ban (2018) wird die diskursive Konstruktion von Lohngerechtigkeit als ein Prozess dargestellt, „in which the meaning of ‘fair wage’ results from and reifies the structures of supply chain labor“ (Ban 2018, S. 410). In der Studie werden Machtwirkungen in der Lieferkette beleuchtet und eine Veränderung vom Status quo gefordert. Postuliert wird, dass bei Lieferant*innen mit niedrigpreisigen Angeboten eine Lohn- und Arbeitsprüfung durchzuführen sei, um Ausbeutung entgegenzuwirken (Ban 2018, S. 426).

4.3.5 Institutionelle Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten

Viele Wissenschaftler*innen untersuchen CSR-Aspekte in spezifischen Kontexten. Zum einen wird die Umsetzung von CSR-Initiativen in bestimmten Länderkontexten analysiert. Zum anderen beinhaltet der übergeordnete Diskursstrang Studien zum Einfluss institutioneller Faktoren auf die Umsetzung von CSR-Maßnahmen. Tabelle 20 zeigt die Anteile der Forschungsperspektiven in den beiden Diskurssträngen.

Die Anteile der Forschungsperspektiven zu *CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten* geht aus der Tabelle 21 hervor. In den Artikeln dieses Diskursstrangs liegen nach meiner Interpretation insgesamt zwei thematische Schwerpunkte vor. Hierzu gehören zum einen die Analyse von CSR-Praktiken in Entwicklungs- und Schwellenländern (z.B. Gharleghi et al., 2018) sowie in östlich-kulturellen Kontexten (z.B. Griffin & Youm, 2018). Zum anderen handelt es sich um ländervergleiche Studien (z.B. Tomaselli et al., 2018).

Diese zwei Ausrichtungen spiegeln sich in den Artikeln mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive wider. Darin werden überwiegend Korrelationen zwischen Antezedenzen, CSR-Dimensionen und Erfolgsgrößen in Entwicklungs- und Schwellenländer untersucht. Dazu gehört die Analyse von firmen- und institutionellen Einflussfaktoren auf das Ausmaß der Offenlegung und Umsetzung von CSR-Praktiken (z.B. Ali & Frynas, 2018; Badulescu et al.,

Tabelle 20 Forschungsperspektiven in Diskurssträngen zu institutionellen Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten

Forschungsperspektive	Institutionelle Rahmenbedingungen und CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten			
	Ausgewählte Länderkontexte		Einfluss institutioneller Faktoren	
Erhaltend	52	27,8%	29	15,5%
Funktionalistisch	44		21	
Interpretativ	7		8	
Funktionalistisch-interpretativ	1		0	
Politisierend	3	1,6%	0	0%
Ideologiekritisch	0		0	
Poststrukturalistisch	3		0	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	9	4,8%	3	1,6%
Insgesamt	64	34,2%	32	17,1%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

2018). Dies inkludiert die Frage, welche CSR-Praktiken in den Kontexten hauptsächlich umgesetzt und kommuniziert werden (z.B. Ehsan et al., 2018). Außerdem gehört dazu die Analyse von CSR-Initiativen auf Outcome-Größen (z.B. Lau et al., 2018). Der Einfluss des Länderkontextes wird dabei als moderierende Größe oder als Kontrollvariable betrachtet (z.B. García-Sánchez et al., 2018; Sila, 2018).

Untersucht werden vor allem Entwicklungs- und Schwellenländer in Südasien (z.B. Ehsan et al., 2018) und Ostasien (z.B. Griffin & Youm, 2018), aber auch in Lateinamerika (z.B. Suárez-Rico et al., 2018). Es werden verschiedene Gründe dafür angegeben, CSR-Aspekte in solchen Länderkontexten zu analysieren. Dazu gehört, dass es sich bei CSR ursprünglich um ein westlich geprägtes Konzept handelt, welches zum Beispiel in Amerika schon seit Jahrhunderten praktiziert und untersucht wird (s. 2.1.1). In östlichen Kontexten und in Entwicklungs- und Schwellenländern handelt es sich vergleichsweise um ein neueres Konzept mit weniger Erfahrungswerten. „American companies have practiced social responsibility since the 17th century. However, it is a new concept in developing nations, such as Pakistan“ (Sarfraz et al., 2018, S. 2). In Entwicklungsländern ist nicht nur die Unternehmensstruktur eine andere, mit einem relativ hohen Anteil an Familienbetrieben (z.B. Shahzad et al. 2018), sondern es wirken auch spezifische kulturelle Faktoren, die unternehmerisches Handeln antreiben. „[F]irms in developing countries such as Korea are likely to seek profit-maximization rather than morality or social responsibility, compared to developed countries such as USA, England, France, and Germany“ (Kim et al., 2018d, S. 2).

Tabelle 21 Ausgewählte Länderkontexte

Ausgewählte Länderkontexte (64 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	44 (68,8%)	Zusammenhang zwischen Antezedenzen, CSR und ökonomischen Performance-Variablen in ausgewählten (vergleichenden) Länderkontexten	Institutional-Theorie (z.B. Park & Cave, 2018), Integrative-Social-Contracts-Theorie (Sila, 2018), National-Culture-Approach (Kim et al., 2018b), National-Business-Systems-Approach (Yang & Liu, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Berg et al., 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Tsalis et al., 2018)
Interpretativ	7 (10,9%)	Analyse der Mechanismen und Herausforderungen zur Umsetzung von CSR-Praktiken in Entwicklungs- und Schwellenländern und im östlichen Länderkontext	Human-Rights-Based-Approach (van der Ploeg & Vanclay, 2018), Institutional-Work-Perspektive (z.B. Acquier et al., 2018), National-Culture-Approach (Casado, 2018), Social-Resource-based-View (Tate & Bals, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Kobayashi et al., 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	1 (1,6%)	Analyse von CSR-Kommunikationsmustern im östlichen Länderkontext	Relationship-/Image-Management-Frameworks (Pang et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	9 (14,1%)	Aufdeckung der Treiber, Grenzen, Taktiken, Strategien und negative Auswirkungen von CSR- und Multi-Stakeholder-Initiativen in östlichen Ländern, Entwicklungsländern und Krisengebieten	Human-Rights-Based-Approach (MacKenzie, 2018), Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Arena et al., 2018a), Transnational-Labour-Governance-Approaches (Donaghey & Reinecke, 2018), Galtung's Violence-Approach (Idemudia, 2018)
Poststrukturalistisch	3 (4,7%)	Aufzeigen der Marginalisierung betroffener Bevölkerungsgruppen von CSR-Vorhaben in Entwicklungs- und Schwellenländern	Feminist-Theorie (Lauwo, 2018; Campbell & Kim, 2018), Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

In ländervergleichenden Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive werden Antezedenzen und/oder Erfolgsgrößen von CSR-Praktiken mit Fokus auf Übereinstimmungen und Unterschieden untersucht (z.B. Berg et al., 2018; Kim et al., 2018b; Munro et al., 2018; Suárez-Rico et al., 2018). Die Studien zeigen heterogene Ergebnisse. In vielen Artikeln werden Unterschiede zwischen den untersuchten CSR-Aspekten nachgewiesen (z.B. Tsalis et al., 2018, S. 319); diese werden zum Beispiel auf Basis des National-Business-Systems-Ansatzes erklärt (Yang & Liu, 2018). Abgrenzend dazu zeigen die Ergebnisse der Studie von Sila (2018, S. 1102 ff.) gemäß der Integrative-Social-Contracts-Theorie (Donaldson & Dun-

fee, 1994) keinen Einfluss des Länderkontextes aufgrund der Wirkung universell geltender Hypernormen. Überwiegend wenden die Artikel zu CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten Ansätze der Institutionsökonomik (z.B. DiMaggio & Powell, 1983; Scott, 2001) an (z.B. Park & Cave, 2018). Auf dieser Basis wird herausgestellt, dass der Einfluss von CSR-Praktiken auf Outcome-Variablen durch länderspezifische Faktoren geprägt wird (Berg et al., 2018) und es werden Implikationen für CSR-Strategien unter Berücksichtigung institutioneller Faktoren verschiedener Länderkontexte hergeleitet (Munro et al., 2018).

Es werden überwiegend quantitative Analyseverfahren durchgeführt; ein Beispiel ist die faktorielle Validierung und Prüfung der Messinvarianz der Turker-Skala zur Erfassung von CSR-Bewertungen in verschiedenen Ländern. Dafür wird die konfirmatorische Faktoranalyse und die Bayes'sche Strukturgleichungsmodellierung angewendet (Schulze et al., 2018). Hierbei handelt es sich um ein charakteristisches Beispiel funktionalistischer, ländervergleichender Forschung.

Auch aus der *interpretativen* Forschungsperspektive werden CSR-Praktiken im östlichen Länderkontext (z.B. Kobayashi et al., 2018), in Entwicklungsländern (z.B. van der Ploeg & Vanclay, 2018), in Schwellenländern (z.B. El-Bassiouny et al., 2018) sowie in einem Krisengebiet (Tate & Bals, 2018) analysiert. Im Kontext des Schwellenlands Brasilien untersucht Casado (2018), wie die nationale Kultur Mechanismen eines transformationalen Führungsstils beeinflusst. Kulturelle Merkmale prägen, wie die Beziehung zu Führungspersonen in Brasilien wahrgenommen werden (Casado, 2018, S. 502). Wie es für die interpretative Forschungsperspektive charakteristisch ist, stehen Wahrnehmungen im Fokus, die durch Merkmale des Kontextes beeinflusst werden (z.B. Kobayashi et al., 2018). Ausgehend von den Grenzen der auf nordwestliche Regionen bezogenen Studien analysieren Acquier et al. (2018) die Integration zwischen westlich und östlich geprägten CSR-Verständnissen im Kontext eines japanischen multinationalen Unternehmens. Davila et al. (2018) untersuchen, durch welche Mechanismen Stakeholder-Engagement-Agenden von lateinamerikanischen multinationalen Unternehmen umgesetzt werden.

Mit Blick auf eines der ärmsten Länder der Welt geht es in einer weiteren Studie darum, zu verstehen, welche Herausforderungen von Personen wahrgenommen werden, wenn CSR-Praktiken in Mosambik implementiert werden (van der Ploeg & Vanclay, 2018). Hindernisse sind zum Beispiel der schlechte Zustand der lokalen Infrastruktur, die hohe Analphabetenrate, die sich auf die Zusammenarbeit mit der lokalen Gemeinde auswirkt, und mangelnde Kapazitäten der Regierung, CSR-Initiativen von multinationalen Unternehmen zu unterstützen (van der Ploeg & Vanclay, 2018, S. 219). Anstatt jedoch Machtunterschiede kritisch zu hinterfra-

gen, liegt der Fokus auf den subjektiven Wahrnehmungen zur Herleitung von Empfehlungen für eine verbesserte Implementierung. „The overall intention of the research was not to judge company performance, but to consider the implementation challenges experienced by local staff in order to provide lessons for companies and projects elsewhere“ (van der Ploeg & Vanclay, 2018, S. 211).

Schließlich verortete ich die Studie von Tate und Bals (2018) ebenfalls in diesem Diskursstrang. Darin wird der Social-Resource-Based-View auf Basis induktiver Fallstudien im Katastrophengebiet Haiti hergeleitet. Mithilfe dieses Ansatzes wird gezeigt, welche sozialen Fähigkeiten Unternehmer*innen benötigen, um Herausforderungen – vor allem in Krisengebieten – zu überwinden (Tate & Bals, 2018).

Im Folgenden hebe ich *ideologiekritische* Aspekte von Studien zu CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten hervor, die ich als *multiperspektivisch* kodierte. Aus der *funktionalistisch-ideologiekritischen* Forschungsperspektive werden Taktiken von CSR-Offenlegungspraktiken sowohl ländervergleichend (Waniak-Michalak et al., 2018) als auch im östlich geprägten Kontext der ASEAN-Staaten (Arena et al., 2018a) aufgedeckt. Mit Blick auf den östlichen Länderkontext werden ebenfalls Interessenkonflikte bei der Implementierung globaler CSR-Normen offengelegt (Mun & Jung, 2018). Wie im gesamten Datensatz überwiegen in diesem Diskursstrang Studien, in denen die interpretative und die ideologiekritische Perspektive kombiniert werden. Darin werden in Entwicklungsländern problematische Arbeitsbeziehungen aufgedeckt (Arora & Thompson, 2018; Donaghey & Reinecke, 2018).

Des Weiteren geht es um Taktiken und negative Auswirkungen unternehmerischen Handelns, nicht nur in Entwicklungsländern, sondern auch in illiberalen Kontexten und in Konfliktzonen (Idemudia, 2018; MacKenzie, 2018; McDaniel et al., 2018; Tysiachniouk et al., 2018). Wie die Studie von Idemudia (2018) gezeigt hat, können die Ursachen struktureller Gewalt in Krisengebieten aufgrund von Machtunterschieden nicht durch sektorübergreifende Partnerschaften abgemildert werden (Idemudia, 2018). Außerdem werden in diesem Diskursstrang Machtkämpfe analysiert, die marginalisierte, indigene Bevölkerungsgruppen im illiberalen Regime der russischen Arktis durchführen müssen, um Entschädigungen für Eingriffe von Unternehmen zu erlangen (Tysiachniouk et al., 2018). Die Studie von MacKenzie (2018) verortete ich ebenfalls in diesem Diskursstrang, da darin das Wirken von Unternehmer*innen im Militärregime Myanmar kritisiert wird. Es wird aufgedeckt, dass Unternehmen das CSR-Label als ein Instrument nutzen, um Legitimität zu erhalten und um neue, unkontrollierte Märkte kommerziell zu erobern, anstatt Menschenrechtsverletzung wirksam durch CSR-Maßnahmen zu bekämpfen (MacKenzie, 2018). In den als interpretativ-ideologiekritisch

kodierten Studien werden qualitative Methoden angewendet, um problematische Strukturen, Unternehmenstaktiken und Machtkämpfe in den ausgewählten Länderkontexten zu interpretieren. Die emergente Vorgehensweise zeigt sich in den inhaltsanalytischen Auswertungen von Dokumenten, Videos und Interviews sowie in der Durchführung von Beobachtungen im Rahmen von Feld- und Fallstudien (z.B. Arora & Thompson, 2018).

CSR-Praktiken in ausgewählten Länderkontexten werden auch aus *poststrukturalistischer* Perspektive untersucht. Dies inkludiert kritische Analysen eines Entwicklungsvorhabens in Usbekistan (Campbell & Kim, 2018) sowie von problematischen Arbeitsbedingungen in Tansania (Lauwo, 2018, S. 689) sowie in Südkorea (Lee & Parpart, 2018). Darin werden Wirkungen zwischen institutionellen Faktoren, CSR-Praktiken und Stakeholdern in bestimmten Länderkontexten ausgehend von den Erfahrungen betroffener Subjekte politisierend untersucht (Campbell & Kim, 2018). Dies geht aus dem folgenden Zitat hervor:

„Our paper offers an alternative to what we see as ‘the institutional standpoint’ prevailing, but taken for granted, in business and society scholarship addressing development. Instead of *theorizing* development relationships between institutions and their ‘stakeholders,’ we illustrate what can be learned about the social relations of development beginning from the experiences of local subjects“ (Campbell & Kim, 2018, S. 350 – Herv.i.O.).

Insgesamt fokussieren sich Wissenschaftler*innen auf problematische Arbeits- und Lebensbedingungen in Entwicklungs- und Schwellenländern, die durch diskursive Praktiken hervorgerufen werden (Lauwo, 2018; Lee & Parpart, 2018). Anhand eines Entwicklungsprojektes in Usbekistan verdeutlichen Campbell und Kim (2018), dass die Stimmen der vom Entwicklungsvorhaben betroffenen Personen unberücksichtigt blieben und das Projekt seine humanitären Ziele verfehle (Campbell & Kim, 2018). Die Studien basieren hauptsächlich auf feministischen Theorien und wenden ethnographische (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018) sowie diskurstheoretische (Lee & Parpart, 2018) Methoden an.

Viele der darlegten Artikel ordnete ich ebenfalls dem Diskursstrang zum *Einfluss institutioneller Faktoren auf CSR-Praktiken* zu. Tabelle 22 fasst zusammen, wie dieses Thema aus den verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet wird. Aus *funktionalistischer* Perspektive untersuchen Forscher*innen den Einfluss von institutionellen Faktoren auf die Offenlegung und Umsetzung von CSR-Initiativen. CSR-fördernde institutionelle Einflussfaktoren sind zum Beispiel soziale Erwartungen, kulturelle und religiöse Normen, CSR-Foren und -Netzwerke sowie CSR-Standards (z.B. Ali & Frynas, 2018; Kim et al., 2018b; Lee et al., 2018b).

Tabelle 22 Einfluss institutioneller Faktoren

Einfluss institutioneller Faktoren (32 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	21 (65,6%)	Messen des Einflusses institutioneller Faktoren auf CSR-Praktiken	Institutional-Theorie (z.B. Berg et al., 2018), Luhmannian-Theory-of-Complex-Social-Systems (Gagalyuk et al., 2018), National-Business-Systems-Approach (Yang & Liu, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Ali & Frynas, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Berg et al., 2018)
Interpretativ	8 (25%)	Verstehen der Wirkung von institutionellen Faktoren auf die Umsetzung von CSR-Praktiken	Institutional-Work-Perspektive (z.B. Acquier et al., 2018), Institutional-Theorie (z.B. Campos et al., 2018), Resource-based-View (Fontana, 2018), Sensemaking-Theorie (z.B. Richter & Arndt, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Richter & Arndt, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	3 (9,4%)	Analyse von institutionellen Einflussfaktoren und Aufdeckung der Grenzen der Umsetzung von CSR-Initiativen	Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018), Legitimacy-Theorie (Arena et al., 2018a)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Darüber hinaus wird der Druck von Stakeholder-Gruppen wie Wettbewerbern betrachtet, durch die gemäß DiMaggio und Powell (1983) sowie Meyer und Rowan (1977) isomorphe Prozesse wirken (z.B. Berg et al., 2018). Institutionelle Faktoren werden überwiegend als unabhängige Variablen untersucht (z.B. El-Bassiouny & Lemathe, 2018). Zu erklärende Größen sind das Ausmaß der CSR-Leistung (z.B. García-Sánchez et al., 2018, S. 432), CSR-Aktionen, gemessen als positive und negative Ausprägungen (Hoi et al., 2018, S. 652 f.), sowie die Offenlegung und Qualität von sozialen Berichterstattungen (z.B. Ali & Frynas, 2018, S. 381).

Überwiegend basieren die Artikel auf der Institutional-Theorie sowie der Legitimacy-Theorie (z.B. Griffin & Youm, 2018). Gemäß Scott (1992) unterstreicht die Institutionsökonomik die Rolle des externen Drucks, der auf Unternehmen im Hinblick auf ihre Strukturen ausgeübt wird (Berg et al., 2018, S. 477). Demnach ist die Anpassung von sozialen Praktiken an die formellen und informellen Institutionen eines Kontextes zur Sicherung der Legitimation und des Überlebens von Unternehmen unabdingbar (Ali & Frynas, 2018). Auf Basis des systemtheoretischen Ansatzes von Luhmann (1989) sind CSR-Praktiken von Unternehmen auch funktional, um Mängel im institutionellen Umfeld auszugleichen (Gagalyuk et al., 2018). Bis auf wenige Mixed-Methods-Studien (z.B. Ali & Frynas, 2018; Dey et al., 2018) und qualitati-

ve Analysen (z.B. Gagalyuk et al., 2018) überwiegen quantitative Regressionsanalysen (z.B. Griffin & Youm, 2018) zur Messung der vorab definierten Variablen und aufgestellten Hypothesen.

Aus der *interpretativen* Forschungsperspektive wird ebenfalls analysiert, wie institutionelle Faktoren auf die Umsetzung von CSR-Praktiken wirken (z.B. Campos et al., 2018). Als institutionelle Faktoren werden zum Beispiel Maßnahmen der Regierungspolitik sowie der Einfluss der öffentlichen Meinung untersucht und es wird deutlich, dass CSR – als sozial konstruiertes Phänomen – kontextabhängig ist (Fontana, 2018, S. 328). Außerdem wird die fehlende Wirksamkeit staatlicher Institutionen in ausgewählten Kontexten berücksichtigt, welche die Art der Umsetzung von CSR-Praktiken prägen (Davila et al., 2018).

Häufig basieren interpretative Studien dieses Diskursstrangs auf der Institutional-Work-Perspektive (z.B. Lawrence et al., 2009), um zu verstehen, durch welche „actions“ (Lawrence & Suddaby 2006, S. 215) Manager*innen verschiedene institutionelle Faktoren in der Umsetzung von CSR-Maßnahmen einbeziehen (z.B. Acquier et al., 2018). In dem Kontext zeigen Forscher*innen die Wirkung von zwanghaften, normativen und mimetischen Prozessen (Campos et al., 2018). Vor dem Hintergrund eines zunehmenden institutionellen Drucks geht es in der interpretativen Forschung darum, Prozesse zu verstehen, die der Umsetzung von Praktiken zur Erlangung von Legitimität zugrunde liegen (Richter & Arndt, 2018). Legitimität, die durch die Einhaltung gesellschaftlicher Werte und Normen entsteht, prägt schließlich den Prozess, durch den das langfristige Überleben von Unternehmen gesichert wird (Ahn & Park, 2018).

Ich ordnete drei Artikel, die ich als *multiperspektivisch* kodierte, dem Diskursstrang zum Einfluss institutioneller Faktoren auf CSR-Praktiken zu. Dazu gehört die Studie von Arena et al. (2018a), da darin institutionelle Anreize der CSR-Offenlegung untersucht werden. In der Studie werden Defizite in der Durchsetzung von Vorschriften aufgezeigt und opportunistische Offenlegungsstrategien von Unternehmen aufgedeckt.

Ich verortete auch den Artikel von Mun und Jung (2018) in diesem Diskursstrang. Die Studie, in der die lokale Implementierung einer globalen CSR-Norm analysiert wird, basiert auf der Institutional-Theorie nach Meyer und Rowan (1977). Demnach kommt es zu einer Entkopplung zwischen der formalen Politik und der Implementierung von Praktiken, wenn Manager*innen auf globale Normen reagieren (Meyer & Rowan, 1977). Vor diesem Hintergrund zeigen Mun und Jung (2018), dass die globale CSR-Norm der Geschlechterdiversität auf lokaler Ebene nur oberflächlich und ohne strukturelle Wirkung implementiert wird, um gegenüber Interessensgruppen die Erfüllung von CSR-Normen zu suggerieren.

Darüber hinaus geht es in diesem Diskursstrang um die Bedeutung institutioneller Faktoren in der Durchsetzung von Forderungen marginalisierter Gruppen gegenüber Unternehmen. Gesetze, Normen und der Zugang zu globalen Netzwerken prägen Erfahrungen von indigenen Völkern in Machtkämpfen mit Unternehmensvertreter*innen, die diese durchführen, um Entschädigungen für unternehmensverursachte Schäden auszuhandeln (Tysiachniouk et al., 2018).

4.3.6 Treiber und Motive für die Implementierung von CSR-Praktiken

In einem eng verwobenen Diskursstrang geht es um die Analyse von Treibern und Motiven von CSR-Praktiken (s. Tabelle 23). Treiber und Motive werden in der Literatur unterschiedlich definiert, sodass ich diese als zwei Themen betrachte. In Anlehnung an das Cambridge-Wörterbuch definieren Barrena-Martinez et al. (2018, S. 1) einen Treiber als „something that makes other things progress, develop, or grow stronger“. Treiber sind vielfältig und umfassen unter anderem Stakeholder, ausgewählte Führungsstile und institutionelle Faktoren; also Themenaspekte, die ich bereits in vorherigen Abschnitten beleuchte.

Während ich zuvor vielfältige Wirkrichtungen im Hinblick auf die einzelnen Faktoren betrachte, geht es an dieser Stelle speziell um die Frage, welche Variablen die Umsetzung von CSR-Praktiken wie *befördern*. Das Ziel vieler Studien besteht nämlich darin, ausgewählte oder auch verschiedene Treiber von CSR-Maßnahmen zu beleuchten (z.B. Aguilera et al., 2007). Es handelt sich um einen Diskursstrang, der sich durch weitere Diskursstränge zieht. Daher führe ich diesen Diskursstrang trotz Überschneidungen gesondert auf, da die Analyse von Antezedenzen sozial verantwortlicher Praktiken im CSR-Diskurs als ein relevantes Ziel benannt wird (z.B. Papagiannakis & Lioukas, 2018). In diesem Diskursstrang geht es nicht nur um gesellschaftliche und organisationale Faktoren sowie interne befördernde Mechanismen, sondern auch um Motive von Manager*innen, die ich in den vorherigen Abschnitten noch nicht thematisiere. Motive sind Beweggründe für die Umsetzung von CSR-Praktiken und werden in der Literatur zum Beispiel unterteilt in egozentrische, unternehmenszentrierte und altruistische Gründe (Chaudhary & Akhouri, 2018, S. 810).

Aus der Analyse der Studien meines Datensatzes geht hervor, dass sich Treiber und Motive durchaus differenzieren lassen, auch wenn diese sich gegenseitig bedingen. In Abhängigkeit der Blickwinkel, die in den Studien eingenommen werden, wird deutlich, ob der Fokus eher auf internen Beweggründen der Umsetzung von CSR-Praktiken liegt (z.B. Pang et al., 2018), oder ob Auswirkungen interner und externen Treiber im Mittelpunkt stehen (z.B. Ali & Frynas, 2018).

Tabelle 23 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu Treibern und Motiven für die Implementierung von CSR-Praktiken

Forschungsperspektive	Treiber und Motive für die Implementierung von CSR-Praktiken			
	Treiber		Motive	
Erhaltend	46	24,6%	23	12,3%
Funktionalistisch	39		15	
Interpretativ	7		7	
Funktionalistisch-interpretativ	0		1	
Politisierend	0	0%	1	0,5%
Ideologiekritisch	0		0	
Poststrukturalistisch	0		1	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4	2,1%	2	1,1%
Insgesamt	50	26,7%	26	13,9%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

In einigen Studien werden beide Blickwinkel eingenommen, sodass ich diese Artikel bei der Analyse beiden Themen zuordnete (z.B. Shnayder & Van Rijnsoever, 2018; Sun & Gunia, 2018). Dies verdeutlicht, dass Treiber (s. Tabelle 24) und Motive (s. Tabelle 25) miteinander verwoben sind.

In Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive zu *CSR-Treibern* geht es um die Analyse von Antezedenzen, welche die Offenlegung oder Umsetzung von einzelnen CSR-Dimensionen oder Initiativen fördern. CSR wird folglich als zu erklärende Größen konzeptualisiert. Die Treiber hingegen werden als unabhängige oder auch als moderierende Einflussgrößen untersucht und können auf verschiedenen Ebenen identifiziert werden. In Anlehnung an Aguilera et al. (2007) differenziere ich zwischen der Mikroebene, die Individuen und Gruppen als Treiber beschreibt, der Mesoebene, die sich auf organisationale Größen bezieht, sowie der Makroebene, auf der ich institutionelle, politische, soziale und kulturelle Treiber auf nationaler und transnationaler Ebene zusammenfasse.

Auf der Mikroebene wirken vor allem Mitarbeitende als interne Förderer*innen der Etablierung einer CSR-Kultur (z.B. Kim et al., 2018a). Häufig werden aber auch Merkmale, Eigenschaften, Verhaltensvariablen und Führungsstile von Vorstandsvorsitzenden als unabhängige oder moderierende Faktoren analysiert (z.B. Arena et al., 2018b; Oh et al., 2018).

Auf der Mesoebene wird vor allem der Einfluss von verfügbaren Ressourcen (Sun & Gunia, 2018) sowie von zu erwartenden Vorteilen untersucht, die aus der Umsetzung von CSR-Praktiken resultieren können (Mi et al., 2018; Shnayder & Van Rijnsoever, 2018).

Tabelle 24 Treiber

Treiber (50 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	39 (78%)	Messen der Korrelationen zwischen Treibern und der Offenlegung und Umsetzung von CSR-Praktiken auf Mikro-, Meso- und Makroebene	Institutional-Theorie (Park & Cave, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Shnayder & Van Rijnsoever, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Barrena-Martinez et al., 2018), Upper-Echelons-Theorie (z.B. Arena et al., 2018b)
Interpretativ	7 (14%)	Verstehen des Einflusses von Treibern auf CSR-Praktiken auf Mikro-, Meso- und Makroebene	Institutional-Work-Perspektive (z.B. Acquier et al., 2018), Resource-based-View (Fontana, 2018), Sozialtheoretische und moralpsychologische Perspektiven (Hemingway & Starkey, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Poonamallee & Joy, 2018), Transformational-Leadership-Approach (z.B. Casado, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4 (8%)	Aufdecken von Grenzen in der Offenlegung und Umsetzung von CSR-Praktiken im Zusammenhang mit Treibern auf Mikro-, Meso- und Makroebene	Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018), Legitimacy-Theorie (Arena et al., 2018a), Stakeholder-Engagement-Theorie (Fordham & Robinson, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Darüber hinaus beeinflussen auf Makroebene institutionelle Faktoren wie CSR-fördernde Institutionen (z.B. Ali & Frynas, 2018), religiöse Normen (z.B. Griffin & Sun, 2018) und politische Treiber die Offenlegung und Implementierung von CSR-Praktiken (z.B. Tang et al., 2018). Auch der Druck von Stakeholdern fördert sozial verantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (Berg et al., 2018; Dey et al., 2018). Als externe Stakeholder-Gruppen werden vor allem Konsument*innen, Konkurrent*innen sowie Nichtregierungsorganisationen als Determinanten für verantwortungsbewusstes Unternehmer*innen-Handeln identifiziert (Park & Cave, 2018).

Da der Diskursstrang Diskursfragmente zu Einflussfaktoren verschiedener Ebenen umfasst, werden viele verschiedene Theorien angewendet. Am häufigsten basieren die Argumente auf Ansätzen der Stakeholder- sowie der Institutional-Theorie (z.B. Park & Cave, 2018; Shnayder & Van Rijnsoever, 2018). Die vorab definierten Variablen und Wirkungsbeziehungen werden überwiegend mittels Regressionsanalysen untersucht (z.B. Griffin & Sun, 2018; Park & Cave, 2018).

In Studien mit *interpretativer* Forschungsperspektive dieses Diskursstrangs geht es ebenfalls darum, aufzuzeigen, welche Faktoren die Umsetzung von CSR-Initiativen vorantreiben (z.B. Acquier et al., 2018). Autor*innen zeigen im Rahmen von qualitativen Fallstudiendesigns, dass Stakeholder, institutioneller Druck und der Anstieg der gesellschaftlichen Nachfrage nach sozialen Leistungen CSR-Initiativen von Unternehmen fördern (Acquier et al., 2018; Campos et al., 2018; Casado, 2018; Fontana, 2018; Gond et al. 2018, Hemingway & Starkey, 2018; Poonamallee & Joy, 2018).

Die erhaltenden Forschungsziele bestehen darin, tiefenanalytisch aufzuzeigen, wie sich Stakeholder sowie institutionelle und kontextuelle Treiber auf CSR-Aspekte auswirken. In Abgrenzung zur funktionalistischen Forschung geht es darum, zu verstehen, wie individuelle Handlungen CSR-Prioritäten und -Prozesse einer Organisation vorantreiben können (Poonamallee & Joy, 2018) und welche weiteren Faktoren dabei berücksichtigt werden. Nicht nur individuelle Handlungen von Mitarbeitenden, die auf Basis der Institutional-Work-Perspektive erklärt werden, prägen CSR-Praktiken. Der CSR-Agenda-Setting-Prozess ist genauso eine Reaktion auf Erwartungen von Kund*innen, Aktivitäten von Nichtregierungsorganisationen sowie auf den Einfluss von Regierungen (Campos et al., 2018; Fontana, 2018).

In Studien, die ich als *multiperspektivisch* kodierte, werden ebenfalls beeinflussende Faktoren auf Mikro-, Meso- und Makroebene analysiert. Diese umfassen Stakeholder wie Manager*innen, Investor*innen und Nichtregierungsorganisationen, organisationale Treiber und institutionelle Kontextfaktoren (Arena et al., 2018a; Fordham & Robinson, 2018; Mun & Jung, 2018; Tysiachniouk et al., 2018). Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive wird postuliert, Stakeholder wie Nichtregierungsorganisationen als Treiber zu ermächtigen, zum einen um die Implementierung wirksamer CSR-Praktiken zur Erzielung eines positiven gesellschaftlichen Wandels voranzutreiben (Fordham & Robinson, 2018), und zum anderen um die Interessensdurchsetzung marginalisierter Personen gegenüber den Interessen von Unternehmer*innen zu stärken (Tysiachniouk et al., 2018).

Wie es für die Betrachtung von Organisationen als politische Arenen aus der ideologiekritischen Perspektive charakteristisch ist (Sieben, 2007b, S. 143), werden konkurrierende Interessen bestimmter Stakeholder offengelegt, die interessengetrieben die Umsetzung von CSR-Initiativen vorantreiben (Mun & Jung, 2018). Schließlich wird offengelegt, dass Vorschriften als Treiber von CSR-Praktiken nur dann wirksam seien, sofern die Einhaltung der Gesetze von Institutionen stärker kontrolliert werden würde (Arena et al., 2018a).

Motive der Umsetzung von CSR-Praktiken werden ebenfalls aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet (s. Tabelle 25). Unterscheiden lassen sich vor allem ethische, instrumentelle und relationale Motive. Ethische Motive beruhen auf moralischen Werten. CSR-Maßnahmen werden ohne erwartete organisationale Gewinne implementiert. Hingegen liegen instrumentelle Motive vor, wenn CSR-Initiativen zur Erzielung positiver organisationaler Ergebnisse implementiert werden. Relationale Gründe beziehen sich auf die Durchführung von CSR-Initiativen zur Erzielung positiver Stakeholder-Beziehungen (Pang et al., 2018, S. 339). Auch Legitimationsgründe veranlassen Manager*innen zur Umsetzung und Offenlegung von CSR-Praktiken.

In Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive werden auf Basis unterschiedlicher Theorien Hypothesen zum Einfluss verschiedener Motive auf die Umsetzung und Offenlegung von CSR-Praktiken gemessen. Laut einer instrumentellen Perspektive lassen sich sozial verantwortliche Handlungen auf Profitabilitätsgründe zurückführen (z.B. Sun & Gunia, 2018). Der „strategic view of CSR“ (Utgård 2018, S. 385 – Herv.i.O.) besagt, dass Unternehmen CSR-Praktiken umsetzen, um Gewinne zu maximieren. Gemäß der Institutionentheorie treiben hingegen Legitimationsbestrebungen die Umsetzung und Offenlegung von CSR-Praktiken (z.B. Griffin & Youm, 2018).

In unterschiedlichen Kontexten zeigen die Studien unterschiedliche Ergebnisse. Während Griffin und Youm (2018) aufzeigen, dass sozial verantwortliche Handlungen vor allem aus Legitimationsgründen offengelegt werden, stellen andere Wissenschaftler*innen heraus, dass erwartete Ergebnisse und Vorteile die Umsetzung von CSR-Initiativen fördern (Mi et al., 2018; Shnayder & Van Rijnsoever, 2018). Unterschiede in der Bewertung von CSR-Praktiken resultieren vor allem aus den Wahrnehmungen unterschiedlicher Motive, die Stakeholder den Unternehmen im Hinblick auf die Umsetzung von CSR-Initiativen zuschreiben (z.B. Lee & Yoon, 2018). Vor diesem Hintergrund zeigen zum Beispiel Chaudhary und Akhouri (2018) basierend auf der Attributionstheorie (Kelley, 1973), dass CSR-Maßnahmen, die auf altruistischen Motiven basieren, positiver bewertet werden als Praktiken, die aus opportunistischen Gründen umgesetzt werden. In Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive werden zu diesem Thema hauptsächlich quantitative Methoden angewendet (z.B. Chaudhary und Akhouri, 2018).

Hingegen werden in der *interpretativen* Forschung zu CSR-Motiven Daten inhaltsanalytisch ausgewertet, um zu verstehen, aus welchen Gründen Manager*innen Interesse an der Erfüllung sozial gesellschaftlicher Aufgaben haben (Hong & Kim, 2018; Fontana, 2018).

Tabelle 25 Motive

Motive (26 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	15 (57,7%)	Messen des Einflusses verschiedener Motive auf CSR-Verhaltensabsichten und die Offenlegung von CSR-Praktiken	Attribution-Theorie (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018), Institutional-Theorie (z.B. El-Bassiouny & Lemathe, 2018), Instrumental-CSR-Perspective (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018), Legitimacy-Theorie (z.B. Shnayder & Van Rijnsoever, 2018), Signaling-Theorie (z.B. Ogunfowora et al., 2018) Stakeholder-Theorie (z.B. Shnayder & Van Rijnsoever, 2018)
Interpretativ	7 (26,9%)	Verstehen der Motive zur Umsetzung von CSR-Praktiken im Rahmen der Analyse kognitiver Entscheidungsprozesse von Manager*innen	Institutional-Work-Perspektive (z.B. Acquier et al., 2018), Legitimacy-Theorie (Richter & Arndt, 2018), Sensemaking-Theorie (Richter & Arndt, 2018), Sozialtheoretische und moralpsychologische Perspektiven (Hemingway & Starkey, 2018), Stakeholder-Theorie (Kobayashi et al., 2018), Resource-based-View (Fontana, 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	1 (3,8%)	Analyse der Motive der Auswahl von CSR-Initiativen	Relationship-/Image-Management-Frameworks (Pang et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	2 (7,7%)	Analyse von Motiven und Aufdecken von Grenzen in der Offenlegung von CSR-Praktiken	Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018), Legitimacy-Theorie (Arena et al., 2018a)
Poststrukturalistisch	1 (3,8%)	Herausstellen der Paradoxie zwischen opportunistischen und altruistischen Motiven	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Basierend auf einer Sensemaking-Perspektive (Weick, 1993, 1995) zielen Richter und Arndt (2018) darauf ab, kognitive Prozesse von Manager*innen im CSR-Entscheidungsprozess zu interpretieren. Aus der Studie geht hervor, dass CSR-Strategien aus dem Grund entwickelt werden, um durch die Schaffung von Legitimität das langfristige Überleben des Unternehmens zu sichern. Die Ergebnisse sind kontextabhängig und industriespezifisch und sind somit, als Merkmal der interpretativen Forschung, nicht für alle Organisationen generalisierbar (Richter & Arndt, 2018, S. 598). Auch aus den Studien von Acquier et al. (2018) und Campos et al. (2018) wird deutlich, dass CSR-Maßnahmen zur Legitimationssicherung sowie aus strategischen Motiven umgesetzt werden.

Neben ressourcenorientierten Gründen wird aber auch ein altruistischer Antrieb zur Unterstützung der Gemeinschaft wahrgenommen (Fontana, 2018), insbesondere wenn durch persönliche Lebenserfahrungen Führungskräfte von selbsttranszendenten Motiven angetrieben werden (Hemingway & Starkey, 2018). Für die interpretative Forschungsperspektive ist es charakteristisch, dass Sichtweisen von Manager*innen in den Fokus gestellt werden, um ausgehend von den individuellen Perspektiven zu verstehen, aus welchen Motiven CSR-Praktiken umgesetzt werden (Kobayashi et al., 2018).

Auch Pang et al. (2018, S. 340) zielen in ihrer *interpretativ-funktionalistischen* Mixed-Methods-Studie darauf ab, zu analysieren, welche Beweggründe die Auswahl von CSR-Initiativen beeinflussen.

Ich ordnete auch die Studie von Arena et al. (2018a) diesem Thema zu, denn es geht darum, herauszufinden, aus welchen Gründen CSR-Praktiken in Südostasien offengelegt werden. Darunter können sowohl strategische als auch regulative Motive fallen, die in der Studie analysiert werden. Im Einklang mit der strategischen Legitimitätsperspektive (Clikeman, 2004) zeigen die Ergebnisse, dass CSR-Praktiken in Abhängigkeit des institutionellen Umfeldes hauptsächlich als Instrument offengelegt werden, um ökonomische Vorteile zu erzielen. Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive werden opportunistische Gründe der Offenlegung von CSR-Praktiken enttarnt und aufgedeckt, dass diese genutzt werden, um die tatsächlichen sozialen Leistungen schönzufärben.

Die Studie von Mun und Jung (2010) ordnete ich ebenfalls diesem Thema zu, weil deutlich wird, dass CSR-Manager*innen die globale CSR-Norm der Geschlechterdiversität nicht aus ethischen, sondern aus opportunistischen Gründen implementieren, um positive Beziehungen zu ausländischen Investor*innen aufzubauen. Deshalb erhöhen sie die Geschlechtervielfalt zum Schein nur in oberen Positionen, um positive Signale gegenüber Investor*innen zu senden.

Aus *poststrukturalistischer* Perspektive beleuchtet Hoffmann (2018) Paradoxien zwischen altruistischen und opportunistischen Motiven aus der bereits dargelegten CCO-Perspektive. Hoffmann (2018) stellt kritisch heraus, dass instrumentelle Managementforscher*innen darauf abzielen, Strategien für Unternehmen zu entwickeln, mit denen zur Erzielung positiver organisationaler Effekte suggeriert wird, dass CSR-Maßnahmen auf altruistischen Motiven beruhen. Ideologiekritische Forscher*innen zielen hingegen darauf ab, opportunistische Motive der Umsetzung und Offenlegung von CSR-Praktiken aufzudecken. Damit legen sie die Koexistenz altruistischer und opportunistischer Motive ab, indem die Kommunikation altruistischer Motive als Window-Dressing-Strategien bezeichnet werden. In Abgrenzung zu

diesen beiden Auslegungen stellt Hoffmann (2018, S. 674) solche Window-Dressing-Praktiken als „powerful figures“ dar, hebt die konstituierende Wirkung der Kommunikation solcher Beweggründe hervor und zeigt die dynamischen Wechselwirkungen zwischen opportunistischen und altruistischen Motiven. „Acknowledging these dynamics leaves room both for ‘crowding-out’ and ‘crowding in’ effects. External ‘rewards’ may indeed crowd out internal CSR motives [...], but there might, in turn, also be an internalization of formerly extrinsic motives“ (Hoffmann 2018, S. 675).

4.3.7 Strategische Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen

Im Rahmen der Etablierung des Business Cases von CSR als instrumentelles Motiv, streben Forscher*innen bereits jahrzehntelang danach, die positive Beziehung zwischen CSR und CFP zu beweisen (Carroll & Shabana, 2010, S. 93 ff.). Die Relevanz der Messung der Korrelation zwischen CSR und finanziellen Leistungsgrößen konnte ich durch die bibliometrische Analyse bestätigen. Die Bedeutung der empirischen Messung der Korrelation zwischen CSR und CFP spiegelt sich ebenfalls in den Artikeln meines Datensatzes aus dem Jahre 2018 wider.

Darüber hinaus wird der Einfluss von CSR-Praktiken auf weitere organisationale Erfolgsgrößen wie zum Beispiel die Schaffung von Innovationen analysiert, was ein weiteres Thema innerhalb dieses gebündelten Diskursstrangs darstellt. Während ich im Rahmen der zunehmenden CSR-Mikrofundierung in 4.3.3 bereits beleuchte, welche Auswirkungen CSR-Praktiken auf einzelne Stakeholder haben, geht es in diesem Abschnitt um die Effekte auf organisationale Erfolgsfaktoren. Artikel, die ich diesem übergeordneten Diskursstrang zuordnete, sind aufgrund ihres Fokus auf ökonomische Größen hauptsächlich funktionalistisch. Dies wird aus Tabelle 26, Tabelle 27 und Tabelle 28 ersichtlich.

Über 95 Prozent der Artikel zur *Korrelation zwischen CSR und CFP* ordnete ich der *funktionalistischen* Forschungsperspektive zu. Darin geht um die Messung des Einflusses von CSP-Operationalisierungen auf finanzielle Leistungs determinanten (z.B. Sila, 2018), die Überprüfung der umgekehrten Wirkungsbeziehung (z.B. Lee & Hu, 2018) sowie die Messung der Kausalitäten beider Wirkungsrichtungen (z.B. Odriozola et al., 2018). Als unabhängige Variablen werden sowohl einzelne Dimensionen (z.B. Kim et al., 2018e) als auch CSP als aggregiertes multidimensionales Konzept operationalisiert (z.B. Kim et al., 2018d). Diese beeinflussen Unternehmensergebnisse – wie die finanzielle Unternehmensleistung (z.B. Berg et al., 2018) und das Umsatzwachstum (z.B. Romi et al., 2018). Auch in Bezug auf die zu

Tabelle 26 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu strategischen Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen

Forschungsperspektive	Strategische Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen			
	Korrelation zwischen CSR und CFP		Einfluss auf weitere organisationale Erfolgsgrößen	
Erhaltend	22	11,8%	39	20,9%
Funktionalistisch	22		31	
Interpretativ	0		6	
Funktionalistisch-interpretativ	0		2	
Politisierend	1	0,5%	0	0%
Ideologiekritisch	0		0	
Poststrukturalistisch	1		0	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	0	0%	0	0%
Insgesamt	23	12,3%	39	20,9%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

Tabelle 27 Korrelation zwischen CSR und CFP

Korrelation zwischen CSR und CFP (23 Artikel)

Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	22 (95,7%)	Messen der Korrelation zwischen CSP und CFP	Institutional-Theorie (z.B. Kim et al., 2018d), Resource-based-View (z.B. Pichler et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Hasan et al., 2018)
Poststrukturalistisch	1 (4,3%)	Herausstellen der Paradoxie zwischen dem CSR Business Case und dem Ethical Case	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018)

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs

erklärenden Variablen werden neben aggregierten Konstrukt-Operationalisierungen der Finanz- und Marktleistungen (z.B. Sila, 2018) einzelne Dimensionen betrachtet, wie „operational, commercial, and economic performances“ (Kim & Thapa, 2018, S. 5). In Studien werden nicht nur direkte Korrelationen gemessen, sondern auch indirekte Wirkungsbeziehungen und Einflusswirkungen mittels der Analyse von Mediatoren und Moderatoren.

Insgesamt bestätigt die Metaanalyse von Busch und Friede (2018) die beidseitige, positive Korrelation zwischen CSP und CFP. Im Einklang mit den Artikeln meines Datensatzes basieren Studien, in denen eine positive Korrelation nachgewiesen wird, gemäß Busch und Friede (2018, S. 584) häufig auf dem Stakeholder-Ansatz (Donaldson & Preston, 1995; Freeman, 1984), dem Resource-based-View (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984) sowie auf der Institutional-Theorie (DiMaggio & Powell, 1983). Diese Ansätze sind ebenfalls in meinem Datensatz vertreten. Verfechter*innen einer negativen Korrelation argumentieren hingegen

vor allem auf Basis des Shareholder-Ansatzes nach Levitt (1958) und Friedman (1962, 1970), nach der die einzige Verantwortung von Unternehmen in der Maximierung ökonomischer Gewinne bestünde (Busch & Friede, 2018, S. 584).

Am häufigsten basieren die Studien meiner Auswertung auf der Stakeholder-Theorie (z.B. Simionescu & Dumitrescu, 2018). Demnach sind die Interessen der Stakeholder zu berücksichtigen und der Wertschöpfungsprozess am besten durch das Managen von Stakeholder-Beziehungen zu bewältigen (Hategan et al., 2018, S. 3). Gemäß der instrumentellen Auslegung der Stakeholder-Theorie (Donaldson & Preston, 1995; Jones, 1995) ist die soziale Leistung von Organisationen somit ein Mittel, um ökonomische Gewinne zu erzielen (Hasan et al., 2018, S. 672). Die vorab definierten Forschungswege der quantitativen Artikel zeigen sich in den Operationalisierungen der vorab definierten Variablen und in der Überprüfung vorab definierter Hypothesen. Die darin angenommenen Korrelationen untersuchen Forscher*innen überwiegend mittels Regressionsanalysen (z.B. Hategan et al., 2018).

Die Thematisierung von finanziellen Effekten innerhalb der CSR-Business-Case-Forschung wird innerhalb meines Datensatzes in der Studie von Hoffmann (2018) politikorientiert beleuchtet. Darin wird aus *poststrukturalistischer* Perspektive im Rahmen des Effekte-Paradoxons kritisiert, dass in der funktionalistischen Forschung potentielle Zielkonflikte zwischen der wirtschaftlichen und sozialen Wertschöpfung negiert werden. Durch das Nachweisen der positiven Korrelation zwischen CSP und CFP argumentieren Forscher*innen aus funktionalistischer Perspektive, dass sich soziale und finanzielle Unternehmensleistungen gegenseitig begünstigen. Zielkonflikte zwischen ethischen und finanziellen Zielen werden dadurch zu wenig beachtet und geleugnet. Aus ideologiekritischer Perspektive gehen Forscher*innen hingegen davon aus, dass ökonomische Effekte im Falle von Zielkonflikten vor der sozialen Wertschöpfung priorisiert werden würden. In Abgrenzung zur funktionalistischen und zur ideologiekritischen Forschungsperspektive stellt Hoffmann (2018) das Effekte-Paradoxon aus einer poststrukturalistischen CCO-Perspektive heraus und zeigt wie Paradoxien in der CSR-Forschung durch kommunikative Praktiken konstituiert und geleugnet werden. „[T]he CCO perspective enables the constitution of the effects paradox as a theoretical figure: both the ethical case and the business case matter [...], both are legitimate [...] and there is a tension between them“ (Hoffmann, 2018, S. 676).

Neben der Analyse der Korrelationen zwischen sozialen und finanziellen Leistungen wird der *Einfluss von CSR-Praktiken auf weitere organisationale Erfolgsgrößen* untersucht (z.B.

Francis et al., 2018). Bedingt durch die thematische Ausrichtung ist der Anteil von Artikeln mit funktionalistischer Forschungsperspektive ebenfalls recht hoch, wie Tabelle 28 zeigt.

Tabelle 28 Einfluss auf weitere organisationale Erfolgsgrößen

Einfluss auf weitere organisationale Erfolgsgrößen (39 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	31 (79,5%)	Betrachtung von CSR-Praktiken als Differenzierungsstrategie und Messung der Auswirkungen auf organisationale Erfolgsgrößen	Institutional-Theorie (z.B. Kim et al., 2018d), Resource-based-View (z.B. Bergmann & Porsch, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Berg et al., 2018)
Interpretativ	6 (15,4%)	Bedeutung von Ressourcen, Fähigkeiten und sozialen Praktiken zur Integration von CSR-Aspekten in Strategien zur Generierung von organisationalen Leistungen	Institutional-Work-Perspektive (Gond et al., 2018), Legitimacy-Theorie (Ahn & Park, 2018), Situational-Crisis-Communication-Theorie (Comyns & Franklin-Johnson, 2018), Social-Capital-Theorie (Ahn & Park, 2018) Social-Resource-based-View (Tate & Bals, 2018) Stakeholder-Theorie (Fortunato, 2018) Strategy-as-Practice-Approach (Gond et al., 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	2 (5,1%)	Analyse des Einflusses von CSR-Praktiken auf die Betriebsleistung und das Image von Organisationen	Relationship-/Image-Management-Frameworks (Pang et al., 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive wird deutlich, dass soziale Leistungen von Organisationen als Signalisierungs- und Differenzierungsstrategie fungieren (z.B. Flammer, 2018). Organisationen, in denen CSR-Aspekte Bestandteil der Geschäftsstrategie sind, verbessern neben finanziellen Größen ihre organisationale Attraktivität (z.B. Bohlmann et al., 2018) und ihre Reputation (z.B. Berg et al., 2018). Zusätzlich können durch CSR-Initiativen die Produktivität erhöht (z.B. Romi et al., 2018), Transaktionskosten reduziert (z.B. Francis et al., 2018) und Innovationen gefördert werden (z.B. Briones Peñalver et al., 2018).

Neben der Stakeholder-Theorie basieren viele Artikel auf dem Resource-based-View (z.B. Khan, 2018). Gemäß Barney (1991) und Hart (1995) haben bestimmte organisationale Ressourcen und Fähigkeiten einen positiven Einfluss auf die Bewertung und Umsetzung von CSR-Agenden (Bergmann & Posch, 2018). Diese wiederum fördern aus einer ressourcenorientierten Sichtweise die Generierung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile, sofern sie in Unternehmensstrategien integriert werden (Khan, 2018, S. 918). Korrelationen werden überwiegend mithilfe quantitativer Methoden wie der Regressionsanalyse (z.B. Hasan et al., 2018),

der Faktoranalyse (z.B. Berg et al., 2018) sowie der Strukturgleichungsmodellierung (z.B. Hafez, 2018) nachgewiesen.

Aus der *interpretativen* Forschungsperspektive zum Einfluss von CSR-Praktiken auf weitere organisationale Erfolgsgrößen wird untersucht, wie CSR-Aspekte durch „strategifying work“ zu Bestandteilen von Unternehmensstrategien werden und sich somit auf die strategische Positionierung des Unternehmens und auf dessen Leistungsmessung auswirken (Gond et al., 2018, S. 242). Mirvis und Googings (2018) vergleichen Plattformen zur Einbindung von Mitarbeitenden als soziale Innovatoren in Abhängigkeit der strategischen Ausrichtungen von Organisationen. Die Autor*innen haben Unternehmen analysiert, welche durch die Schaffung von Innovationen sowohl geschäftliche als auch soziale Mehrwerte kreieren. Dabei haben Mirvis und Googings (2018) Erfahrungen verglichen, wie es für die interpretative Forschungsperspektive charakteristisch ist. Zudem fokussieren Wissenschaftler*innen Strategien in der Bewältigung globaler Krisen und analysieren deren Auswirkungen auf die Reputationen von Organisationen (Comyns & Franklin-Johnson, 2018; Fortunato, 2018).

Wie in der funktionalistischen Forschung wird auch aus der interpretativen Perspektive die strategische Bedeutung von Ressourcen betont, um Wettbewerbsvorteile zur Sicherung des langfristigen Überlebens von Unternehmen zu generieren. Der Aufbau von Sozialkapital und die Sicherung von Legitimität werden dabei als erfolgskritische Ressourcen aufgefasst (Ahn & Park, 2018). Interpretative Forschung zielt auch darauf ab, in ausgewählten Fällen zu interpretieren, welche Fähigkeiten zur Erzielung von sozialen Wirkungen erforderlich seien (Fortunato, 2018). Deshalb ordnete ich die Studie von Tate und Bals (2018) ebenfalls diesem Diskursstrang zu. Anhand des darin entwickelten Social-Resource-based-Views werden erfolgskritische Fähigkeiten aufgezeigt, um nicht nur ökonomische Wettbewerbsvorteile zu erzielen, sondern auch ökologisch und vor allem sozial wirksame Unternehmensleistungen umsetzen zu können. In Abgrenzung zur funktionalistischen Forschung resultieren Erkenntnisse aus der Durchführung von Fallstudien (z.B. Tate & Bals, 2018).

In den *funktionalistisch-interpretativen* Studien von Bruccoleri et al. (2018) sowie Pang et al. (2018) geht es um CSR als ein strategisches Instrument zur Erhöhung der Betriebsleistung (Bruccoleri et al., 2018) sowie zur Verbesserung des Image von Organisationen (Pang et al., 2018). In den Studien werden verschiedene qualitative und quantitative Forschungszugänge kombiniert, um zu interpretieren, durch welche Mechanismen die Betriebsleistung und das Image von Organisationen durch CSR-Praktiken verbessert werden können.

4.3.8 CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen

In einem weiteren gebündelten Diskursstrang geht es um die Analyse von CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen. Dieser beinhaltet Studien zu Organisationen umstrittener Branchen sowie zu CSR-Aspekten in kleinen und mittelständischen Organisationen. Außerdem habe ich Forschungsbeiträge identifiziert zu multinationalen Unternehmen im Hinblick auf den internationalen Transfer von CSR-Praktiken. Darüber hinaus werden CSR-Aspekte in Familienbetrieben sowie in Sozialunternehmen und hybriden Organisationsformen analysiert. Tabelle 29 zeigt den Zusammenhang zwischen den Themen und den darin enthaltenen Forschungsperspektiven.

Ein Thema ist die Analyse von CSR-Praktiken in *Organisationen umstrittener Branchen*, was aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven beleuchtet wird (s. Tabelle 30). Zu den Organisationen umstrittener Branchen gehören gemäß Arena et al. (2018b, S. 317) unter anderem Unternehmen der Öl- und Gas-, Tabak-, Getränke- und Papierindustrie sowie der Biotechnologie. Darunter fasse ich auch ökologisch sensible Industrien. So wird die Logistikbranche in Korea als die Industrie bezeichnet, in der die meisten Umweltverschmutzungen entstehen (Lee et al., 2018b, S. 398).

In der *funktionalistisch* orientierten Forschung geht es um die Messung von Korrelationen zwischen verschiedenen unabhängigen Variablen und CSR-Praktiken in Organisationen umstrittener Branchen (z.B. Lee et al., 2018b). Untersucht werden auch gesetzesbrechende Handlungen von Unternehmer*innen aus dafür anfälligen Industrien. Gemäß Lee et al. (2018c) ist die Baubranche besonders anfällig für unternehmerisches Fehlverhalten, was wiederum erhebliche gesellschaftliche Schäden – wie zum Beispiel tödliche Unfälle – verursachen kann. Anstelle einer kritischen Analyse potentiell negativer gesellschaftlicher Folgen messen Wissenschaftler*innen aus funktionalistischer Forschungsperspektive, welche organisationalen Faktoren das Auftreten unverantwortlicher Handlungen beeinflussen.

Ein weiteres Beispiel ist die Analyse von CSR-Maßnahmen in der Casinoindustrie. Die Wirkung von CSR-Praktiken hänge davon ab, welches Image sich Organisationen umstrittener Branchen aufbauen (Youn et al., 2018). Dies kann wiederum durch die CSR-Kommunikation beeinflusst werden. In dem Kontext wird herausgestellt, dass Organisationen sensibler Industrien Anreize haben, Informationen über ihre CSR-Maßnahmen offenzulegen, um Legitimität zu sichern, und um Konflikte mit Stakeholdern zu vermeiden. Deutlich wird, dass Organisationen umweltsensibler Branchen im Vergleich zu anderen Industrien CSR-Maßnahmen im größeren Ausmaß veröffentlichen (Suárez-Rico et al., 2018) und dafür andere

Tabelle 29 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen

Forschungsperspektive	CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen (47 Artikel)											
	Organisationen umstrittener Branchen		Kleine und mittelständische Unternehmen		Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken		Sportorganisationen		Hybride Organisationen und Sozialunternehmen		Familienunternehmen	
Erhaltend	15	8%	10	5,3%	9	4,8%	5	2,7%	5	2,7%	2	1,1%
Funktionalistisch	13		10		5		3		3		2	
Interpretativ	2		0		4		1		2		0	
Funktionalistisch-interpretativ	0		0		0		1		0		0	
Politisierend	2	1,1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ideologiekritisch	1		0		0		0		0		0	
Poststrukturalistisch	1		0		0		0		0		0	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0		0		0		0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4	2,1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Insgesamt	21	11,2%	10	5,3%	9	4,8%	5	2,7%	5	2,7%	2	1,1%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Kornau et al., 2020, S. 158)

Tabelle 30 Organisationen umstrittener Industrien

Organisationen umstrittener Branchen (21 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	13 (61,9%)	Analyse von CSR-Praktiken unter Berücksichtigung der Effekte kritischer Industrien	Legitimacy-Theorie (z.B. Suárez-Rico et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Aqueveque et al., 2018)
Interpretativ	2 (9,5%)	Verstehen von Herausforderungen in der Umsetzung von CSR-Praktiken und im Legitimationsaufbau für Organisationen umstrittener Branchen	Human-Rights-based-Approach (van der Ploeg & Vanclay, 2018), Sensemaking-Theorie (Richter & Arndt, 2018), Legitimacy-Theorie (Richter & Arndt, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4 (19%)	Offenlegung von Grenzen, CSR-Strategien und Offenlegungstaktiken in der Tabak- und Ölindustrie und im Bergbausektor	Human-Rights-based-Approach (MacKenzie, 2018), Legitimacy-Theorie (Waniak-Michalak et al., 2018)
Ideologiekritisch	1 (4,8%)	Offenlegung von CSR-Strategien und Offenlegungstaktiken von Organisationen der Alkoholindustrie	-
Poststrukturalistisch	1 (4,8%)	Offenlegung individueller Erfahrungen marginalisierter Personen zu problematischen Arbeitsbedingungen im Bergbau	Feminist-Theorie (Lauwo, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Anreize haben als Organisationen von weniger energieintensiven Sektoren (Tang & Demeritt, 2018). Wie es für die funktionalistische Forschungsperspektive charakteristisch ist, werden Strategien aufgezeigt, mit denen selbst Unternehmen umstrittener Branchen durch CSR-Kommunikationspraktiken positive Reputationseffekte erzeugen können (Aqueveque et al., 2018). Die Studien basieren am häufigsten auf der Legitimacy-Theorie (Suchman, 1995) und verwenden überwiegend quantitative Methoden zur Überprüfung der vorab definierten Hypothesen.

Zum Thema CSR-Praktiken in umstrittenen Branchen identifizierte ich zwei Studien der *interpretativen* Forschungsperspektive (Richter & Arndt, 2018; van der Ploeg & Vanclay, 2018). Van der Ploeg und Vanclay (2018) untersuchen Herausforderungen in der Rohstoffindustrie, die im Zuge von Infrastrukturprojekten und den damit einhergehenden Menschenrechtsrisiken entstehen. Charakteristisch für die interpretative Forschungsperspektive ist es, individuelle Erfahrungen von Mitarbeitenden des Bergbausektors in der Implementierung von

Entschädigungs- und Umsiedlungspraktiken nachzuvollziehen, ohne den Status-quo kritisch zu bewerten.

Richter und Arndt (2018) untersuchen am Beispiel eines Tabakkonzerns, wie Organisationen kritischer Industrien auf einen zunehmenden Legitimationsdruck reagieren. Dafür analysieren die Forscher*innen kognitive Prozesse aus einer Sensemaking-Perspektive nach Weick (1993, 1995). Im Sinne einer erhaltenden Intention werden Strategien aufgezeigt, durch die Unternehmen kontroverser Industrien trotz des Anbietens schädlicher Produkte CSR-Initiativen vermarkten können. Anstatt die Produkte in den Mittelpunkt der CSR-Aktivitäten zu stellen, können kontroverse Organisationen einen partizipativen Prozessansatz anwenden, um Folgen des Konsums schädlicher Produkte zu mildern (Richter & Arndt, 2018).

In den Studien werden qualitative Fallstudien durchgeführt, um kognitive Prozesse im CSR-Entscheidungsprozess eines Tabakkonzerns zu verstehen (Richter & Arndt, 2018), und um individuelle Wahrnehmungen von Mitarbeitenden zweier Bergbauunternehmen nachzuvollziehen (van der Ploeg & Vanclay, 2018).

Aus einer *ideologiekritischen* und *multiparadigmatischen* Perspektive geht es mit Blick auf dieses Thema um das Aufdecken von CSR-Strategien und Offenlegungstaktiken, mit denen in umstrittenen Branchen Reputationseffekte auf Kosten des Wohls der Gesellschaft erzielt werden (MacKenzie, 2018; McDaniel et al., 2018; Petticrew et al., 2018; Waniak-Michalak et al., 2018; Tysiachniouk et al., 2018). Auch aus politisierender Perspektive werden Entschädigungspraktiken der Rohstoffindustrie analysiert. Dabei werden Machtunterschiede zwischen Unternehmen und marginalisierten Personengruppen kritisch hervorgehoben (Tysiachniouk et al., 2018).

Im Hinblick auf die Tabakindustrie wird aufgedeckt, wie Industrievertreter*innen die öffentliche Meinungsbildung manipulieren (McDaniel et al., 2018). Damit einhergehend wird offengelegt, dass Vertreter*innen dieser Branche CSR-Initiativen nutzen, um weitere, wenig regulierte, konfliktäre Märkte kommerziell zu erschließen (MacKenzie, 2018). Mit Blick auf die Alkoholindustrie werden ebenfalls Verschleierungstaktiken offengelegt, mit denen kapitalistische Ziele über die Interessen der öffentlichen Gemeinschaft gestellt werden (Petticrew et al., 2018).

Auch wenn die Artikel nicht explizit auf Ansätzen der Frankfurter Schule oder der Labor-Process-Theorie basieren (Sieben, 2007b, S. 98), zeigen sich andere Merkmale, die sie als ideologiekritisch charakterisieren lassen. So werden Veränderungen in der Zusammenarbeit mit umstrittenen Industrien gefordert, um die Macht von Organisationen dieser Branchen

einzudämmen, die sowohl die Berichterstattung als auch politische Entscheidungen zu kapitalistischen Zwecken manipulieren (z.B. Petticrew et al., 2018).

Aus *poststrukturalistischer* Perspektive zeigt Lauwo (2018), wie insbesondere Frauen im Bergbausektor durch diskursive Praktiken im CSR-Diskurs marginalisiert und unterdrückt werden. Die Bergbaubranche wird als eine „male-dominated industry“ (Lauwo, 2018, S. 694) beschrieben, welche große Schäden an der Umwelt und an der lokalen Bevölkerung verursacht hat. Unternehmensdiskurse im Bergbausektor werden gemäß Cixous (1976, S. 879) von einer männlich geprägten Wirtschaft beeinflusst, durch welche die Verschleierung der Stimmen von Frauen und anderen marginalisierten Personengruppen hervorgebracht werden. Lauwo (2018, S. 690) „draws inspiration from the work of radical/post-structuralist feminist theorists [...] to problematise masculinity in the CSR discourses of a predominantly masculine sector“. Somit werden in der Studie von Lauwo (2018) Machtwirkungen diskursiver Praktiken in einem Sektor problematisiert, in dem männlich geprägte Normen privilegiert und die Unterdrückung marginalisierter Stimmen konstituiert werden.

Ein weiteres Thema ist die Analyse von CSR-Praktiken in *kleinen und mittelständischen Unternehmen*. In Abhängigkeit des Landes hängt die Zuordnung von Unternehmen zu dieser Organisationsform von der Größe bestimmter Kennzahlen ab, wie der Anzahl der Mitarbeitenden, dem Jahresumsatz und den Vermögenswerten (Dey et al., 2018, S. 687).

In meinem Datensatz wird dieses Thema lediglich aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive beleuchtet (s. Tabelle 31).

Tabelle 31 Kleine und mittelständische Unternehmen

Kleine und mittelständische Unternehmen (10 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	10 (100%)	Messen der Wirkungsbeziehungen zwischen Treibern, Motiven sowie Effekten der CSR-Implementierung in kleinen und mittelständischen Unternehmen	Resource-based-View (z.B. Lechuga Sancho et al., 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Bergmann & Posch, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Darin wird untersucht, welche Faktoren die Umsetzung von sozial verantwortungsvollen Maßnahmen in kleinen und mittelständischen Unternehmen beeinflussen (z.B. Dey et al., 2018). Funktionalistische Forschung zu CSR-Praktiken in kleinen und mittelständischen

Unternehmen zielt darauf ab, Erkenntnisse für Entscheidungsträger*innen der organisationalen Praxis zu generieren, um CSR-Maßnahmen umzusetzen, welche sich positiv auf Unternehmensleistungen auswirken (Dey et al., 2018). Um dies zu verdeutlichen, werden neben beeinflussenden Faktoren auch profitabilitätssteigernde Effekte von CSR-Praktiken in kleinen und mittelständischen Unternehmen herausgestellt (z.B. Valdez-Juárez et al., 2018). So verdeutlichen Forscher*innen positive Zusammenhänge zwischen sozial verantwortlichen Praktiken, mitarbeiterbezogenen Variablen (Gharleghi et al., 2018; Sarfraz et al., 2018) und der Generierung nachhaltiger Unternehmensleistungen (Lechuga Sancho et al., 2018).

Diese Zusammenhänge werden im Kontext der Spezifika kleiner und mittelständischer Unternehmen untersucht. Dazu gehören Ressourcenknappheit sowie flache und wenig formelle Strukturen (z.B. Dey et al., 2018; Lechuga Sancho et al., 2018). Einerseits werden in kleinen und mittelständischen Unternehmen tendenziell eher weniger Ressourcen für soziale Zwecke investiert (Lee et al., 2018b, S. 406). Aufgrund der geringeren Ressourcenverfügbarkeit stehen kleinen und mittelständischen Unternehmen weniger ausgereifte CSR-Tools und Managementsysteme zur Verfügung (Bergmann & Posch, 2018). Andererseits zeigen Tao et al. (2018), dass partizipative Managementansätze im Hinblick auf CSR-Entscheidungen in kleinen und mittelständischen Unternehmen einfacher umgesetzt werden können als in großen Organisationen. Aufgrund wenig formeller Strukturen können sich kleine und mittelständische Unternehmen verhältnismäßig flexibel auf dynamische Umwelten und gesellschaftliche Erfordernisse anpassen (Bergmann & Posch, 2018).

Auf Basis der Stakeholder-Theorie wird die Bedeutung des Einflusses von Stakeholder-Gruppen als Treiber*innen eines sozial verantwortlichen Unternehmer*innen-Handelns deutlich, von denen vor allem Kund*innen kleine und mittelständischen Unternehmen beeinflussen (Bergmann & Posch, 2018). Auf Basis von Ansätzen wie dem Resource-based-View wird schließlich verdeutlicht, welche Effekte CSR-Praktiken in kleinen und mittelständischen Unternehmen nach sich ziehen (z.B. Lechuga Sancho et al., 2018).

Darüber hinaus werden multinationale Unternehmen im Hinblick auf den internationalen Transfer von CSR-Praktiken analysiert. Zu beachten ist, dass multinationale Unternehmen weit verbreitet sind und zur Norm gehören, sodass CSR-Aspekte häufig in diesen Organisationen erhoben werden, ohne, dass Forscher*innen die Umsetzung von CSR-Praktiken in multinationalen Unternehmen explizit als Thema untersuchen. Daher ordnete ich diesem Diskursstrang nur die Artikel zu, in denen multinationale Unternehmen im Hinblick auf die globale Übertragung und lokale Anpassung von CSR-Praktiken als thematischer Fokus – und

nicht nur im Rahmen der Stichprobe – betrachtet werden. Dieses Thema wird in meinem Datensatz lediglich aus der funktionalistischen und der interpretativen Forschungsperspektive untersucht (s. Tabelle 32).

Tabelle 32 Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken

Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken (9 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	5 (55,6%)	Messen von Einflussgrößen und Effekten von international transferierten CSR-Praktiken	National-Culture-Approach (Kim et al., 2018b), Social-Identity-Theorie (z.B. Munro et al., 2018), Stakeholder-Theorie (Jung & Lee, 2018)
Interpretativ	4 (44,4%)	Verstehen der Mechanismen im internationalen Transfer von CSR- und Stakeholder Engagement-Praktiken	Human-Rights-based-Approach (van der Ploeg & Vanclay, 2018), Institutional-Theorie (Campos et al., 2018), Institutional-Work-Perspektive (Acquier et al., 2018), Sensemaking-Theorie (Campos et al., 2018) Stakeholder-Engagement-Theorie (Davila et al., 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive werden positive Effekte gezeigt, die aus implementierten CSR-Praktiken multinationaler Organisationen im Heimat- als auch im Gastland resultieren (Jung & Lee, 2018; Shen et al., 2018). Außerdem werden Faktoren identifiziert, welche die Umsetzung von CSR-Praktiken in lokalen Märkten vorantreiben. So wird der Einfluss kultureller Faktoren (Kim et al., 2018b) untersucht.

Weitere Zielsetzungen bestehen darin, für multinationale Unternehmen Strategien der lokalen Anpassung aufzuzeigen und Erkenntnisse über die Entwicklung von CSR-Praktiken in lokalen Märkten zu gewinnen (Munro et al., 2018, S. 1253). Neben der Stakeholder-Theorie und der Social-Identity-Theorie, die im Hinblick auf viele Themen bedeutend sind, werden innerhalb dieses Diskursstrangs auch Ansätze der Kulturforschung betrachtet (Kim et al., 2018b). Die vorab definierten Wirkungsbeziehungen werden überwiegend mittels Regressionsanalysen (z.B. Kim et al., 2018b) und Faktoranalysen sowie durch Strukturgleichungsmodellierungen (z.B. Munro et al., 2018) gemessen.

Aus der *interpretativen* Forschungsperspektive zu CSR-Praktiken in multinationalen Unternehmen wird auf Basis von Fall- und Feldstudien zum einen untersucht, wie der institutionelle Druck von Muttergesellschaften die Implementierung von sozialen Praktiken in Tochterunternehmen beeinflusst. Zum anderen wird gezeigt, wie sozial-politische Agenden in Tochter-

gesellschaften bottom-up entstehen (Acquier et al., 2018; Campos et al., 2018). Während hauptsächlich CSR-Initiativen westlicher, multinationaler Unternehmen aus Industriestaaten fokussiert werden, analysieren Davila et al. (2018) Stakeholder-Engagement-Praktiken, die von Emerging Market Multinationals (EMNCs) implementiert werden. Die bereits beschriebene Studie von van der Ploeg und Vanclay (2018) ordnete ich auch diesem Thema zu, da darin analysiert wird, welche institutionellen und organisationalen Herausforderungen entstehen, wenn multinationale Unternehmen soziale Praktiken in einem Entwicklungsland umsetzen.

Zusammenfassend untersuchen Forscher*innen, wie institutioneller Druck CSR-Praktiken in Tochterunternehmen prägt, wie in multinationalen Unternehmen darauf reagiert wird (Acquier et al., 2018; Campos et al., 2018) und welche Mechanismen und Herausforderungen die Umsetzung von sozialen Praktiken beeinflussen (Davila et al., 2018; van der Ploeg & Vanclay, 2018).

Im gebündelten Diskursstrang werden ebenfalls CSR-Praktiken in *Sportorganisationen* analysiert. Wie aus der Tabelle 33 hervorgeht, identifizierte ich zu diesem Thema nur wenige Artikel, in denen lediglich erhaltende Forschungsziele verfolgt werden. Deutlich wird, dass Sportorganisationen über viele Ressourcen verfügen, weshalb sich diese besonders eignen, um CSR-Praktiken zu fördern (Kim et al., 2018a, S. 1805).

Tabelle 33 Sportorganisationen

Sportorganisationen (5 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	3 (60%)	Messen von Treibern und Effekten der Offenlegung und Umsetzung von CSR-Praktiken in Sportorganisationen	Social-Identity-Theorie (Devlin & Sheehan, 2018), Social-Influence-Theorie (Kim et al., 2018a)
Interpretativ	1 (20%)	Verstehen der Wirkung von Sportorganisationen in der Bewältigung globaler Krisen	Situational-Crisis-Communication-Theorie (Fortunato, 2018), Stakeholder-Theorie (Fortunato, 2018)
Funktionalistisch-interpretativ	1 (20%)	Generierung eines Modells zum Zusammenhang sozialer Produkte/Dienstleistungen und dem Betriebsmanagement von Sportorganisationen	-
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive analysieren Kim et al. (2018a), durch welche Faktoren Mitarbeitende in Sportorganisationen eine CSR-Kultur etablieren können. Darüber hinaus werden Best-Practice-Empfehlungen für Vertreter*innen von Sportorganisationen hergeleitet zu den Fragen, welche Kommunikationsstrategien effizient seien (Devlin & Sheehan, 2018), und mit welchen Partner*innen Sportorganisationen kollaborieren sollten, um positive organisationale sowie soziale Ziele zu erreichen (Lee et al., 2018a). In den drei Studien werden Hypothesen aufgestellt, die mittels quantitativer Methoden analysiert werden. Auch aus der *interpretativen* Perspektive wird deutlich, dass sich Sportorganisationen aufgrund bestimmter Ressourcen für die Umsetzung sozialer Initiativen besonders eignen. So zeigt Fortunato (2018), dass Sportorganisationen ein Gefühl der Gemeinschaftsidentität schaffen können und dass diese über ein breites Spektrum an Ressourcen und Stakeholder-Beziehungen verfügen, um in globalen Krisen effektiv und sozial verantwortlich zu wirken. Fortunato (2018) wertet Interviews im Rahmen einer qualitativen Fallstudie aus, um gemäß Yin (2014) ein bestimmtes Phänomen im realen Kontext zu verstehen. Dies unterscheidet die Studie von den zuvor beschriebenen Artikeln mit funktionalistischer Forschungsperspektive. Schließlich ordnete ich auch die Mixed-Methods-Studie von Bruccoli et al. (2018), die ich als *funktionalistisch-interpretativ* kodierte, diesem Thema zu, da darin Auswirkungen von CSR-Praktiken auf das Betriebsmanagement von Sportorganisationen analysiert werden.

In nur wenigen Studien werden CSR-Praktiken in *hybriden Organisationen und Sozialunternehmen* untersucht (s. Tabelle 34). Hierbei handelt es sich um For-Profit-Organisationen mit sozialen Missionen. Beispiele formaler hybrider Rechtsformen sind Benefit-Corporations sowie Low-Profit-Limited-Liability-Corporations (Graddy-Reed, 2018, S. 1224).

Pasricha et al. (2018) analysieren aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive den Einfluss eines ethischen Führungsstils auf die Umsetzung von CSR-Praktiken in Sozialunternehmen und bestätigen eine positive Korrelation. Dies zeigt die Relevanz des Zusammenwirkens zwischen ethischem Führungsverhalten und der Umsetzung von CSR-Praktiken für die Effektivität von Sozialunternehmen.

Graddy-Reed (2018) vergleicht soziale Praktiken von hybriden Organisationen mit denen anderer Organisationsformen, darunter die von klassischen For-Profit-Unternehmen. Aus der funktionalistischen Forschungsperspektive wird deutlich, dass hybride Organisationen in Bezug auf Produktionsprozesse mehr prosoziale Praktiken aufweisen, die sich positiv auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirken. Auf Basis der Organizational-Identity-Theorie

Tabelle 34 Hybride Organisationen und Sozialunternehmen

Hybride Organisationen und Sozialunternehmen (5 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	3 (60%)	Messen des Einflusses der hybriden Organisationsform auf die Umsetzung sozialer Praktiken und der Erzielung ökonomischer Erfolge	Institutional-Theorie (Romi et al., 2018), Organizational-Identity-Theorie (Graddy-Reed, 2018), Stakeholder-Theorie (z.B. Romi et al., 2018),
Interpretativ	2 (40%)	Verstehen der Vorteile der Kombination von Strukturen zweier hybrider Organisationsformen, Entwicklung des Social-Resource-based-Views in Sozialunternehmen	Social-Resource-based-View (Tate & Bals, 2018), Stakeholder-Capitalism-Perspective (Kurland, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

(Whetten, 2006) verdeutlicht Graddy-Reed (2018), dass formelle hybride Organisationen sowohl soziale als auch ökonomische Identitäten vereinen. Hingegen sei die Durchführung von CSR-Praktiken von For-Profit-Organisationen vor allem in der gewinnorientierten Identität verankert (Graddy-Reed, 2018).

Die Gewinnerzielungsabsicht, auch von hybriden Organisationen, wird in der funktionalistischen Forschung nicht kritisiert. Vielmehr werden ökonomische Leistungsgrößen fokussiert. So zeigen Romi et al. (2018), dass Benefit-Corporations (B-Corps) ein größeres Umsatzwachstum aufweisen als Unternehmen, die keine B-Corps sind. Neben der Stakeholder-Theorie wird auch die Institutional-Theorie angewendet, um zu verdeutlichen, dass hybride Organisationen, die sowohl soziale als auch ökonomische Ziele verfolgen, unterschiedliche Anforderungen vereinen müssen (Romi et al., 2018) – jedoch ohne die Paradoxien dazwischen zu problematisieren.

In zwei von mir als *interpretativ* kodierten Studien werden ausgewählte hybride Organisationen mittels Fallstudien tiefenanalytisch untersucht, um zu verstehen, welche Fähigkeiten diese brauchen, um soziale Ziele zu erfüllen (Tate & Bals, 2018), und welche Synergien entstehen, wenn innerhalb einer Organisation Strukturen zweier hybrider Organisationsformen miteinander kombiniert werden (Kurland, 2018). Tate und Bals (2018) haben den Social-Resource-based-View am Beispiel von Sozialunternehmen in Haiti entwickelt, sodass ich diese Studie diesem Thema zuordnete.

Kurland (2018) untersucht eine hybride Organisation, welche sowohl die Strukturen einer Mitarbeiter*innen-Beteiligung (ESOP) als auch die einer Benefit-Corporation miteinander

vereint. Einerseits werden Mitarbeitende durch die ESOP-Form zu Miteigentümer*innen und zum anderen sind hybride Organisationen durch die Form der Benefit-Corporation gesetzlich verpflichtet, dem Wohle der Gemeinschaft zu dienen. Die Ergebnisse zeigen, dass wenn beide Formen des Stakeholder-Kapitalismus verbunden werden, Synergien generiert werden können (Kurland, 2018, S. 68). Wie es für interpretative Forschung charakteristisch ist, liegt der Fokus auf den Erfahrungen der Befragten der untersuchten Organisation.

Schließlich werden in zwei Studien CSR-Praktiken in *Familienbetrieben* aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive untersucht (s. Tabelle 35).

Tabelle 35 Familienunternehmen

Familienunternehmen (2 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	2 (100%)	Messen von Wirkungsbeziehungen zwischen Antezedenzien und Effekten von CSR unter Berücksichtigung des Einflusses familienkontrollierter Unternehmen	Socioemotional-Wealth-Theorie (Shahzad et al., 2018), Stakeholder-Theorie (El-Kassar et al., 2018; Shahzad et al., 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

El-Kassar et al. (2018) zeigen den positiven Einfluss des Engagements von Familienmitgliedern auf die Umsetzung von CSR-Praktiken. In der Studie von Shahzad et al. (2018) wird herausgestellt, dass soziale Leistungen für Organisationen ökonomisch vorteilhaft seien, und dass der positive Effekt in familienkontrollierten Organisationen noch größer sei als in Unternehmen, die nicht familiengeführt sind. Auf Basis der Socioemotional-Wealth-Theorie wird deutlich, dass besonders in Familienunternehmen nichtwirtschaftliche Ziele einen hohen Stellenwert haben (Berrone et al., 2012). Daher schlussfolgern Shahzad et al. (2018), dass in Familienunternehmen eine größere Bereitschaft aufgewiesen wird als in nicht familiengeführten Unternehmen, sich im Bereich der sozialen Verantwortung zu engagieren, um soziale Ziele zu erreichen, was wiederum zu effizienten Investitionen führt.

4.3.9 Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortliches Handeln von Unternehmer*innen

Ein weiterer Diskursstrang bündelt Studien, in denen Wissenschaftler*innen zum einen aufzeigen, dass Stakeholder die Authentizität von CSR-Praktiken in Frage stellen. Zum

anderen umfasst der gebündelte Diskursstrang Artikel über unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (s. Tabelle 36).

Tabelle 36 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zur Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln

Forschungsperspektive	Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln			
	Skepsis gegenüber CSR-Praktiken		Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln	
Erhaltend	8	4,3%	9	4,8%
Funktionalistisch	6		7	
Interpretativ	2		2	
Funktionalistisch-interpretativ	0		0	
Politisierend	1	0,5%	7	3,7%
Ideologiekritisch	0		2	
Poststrukturalistisch	1		5	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	2	1,1%	4	2,1%
Insgesamt	11	5,9%	20	10,7%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

Aufgrund der Vielzahl bekanntwerdender Unternehmensskandale publizieren Forscher*innen immer mehr Artikel über die zunehmende Skepsis gegenüber CSR-Initiativen (Frerichs & Teichert, 2023, S. 248). Skepsis beschreibt die Neigung einer Person, zu zweifeln, nicht zu glauben und zu hinterfragen (Aqueveque et al., 2018; Boush et al., 1994; Skarmeas & Leonidou, 2013). In meinem Datensatz geht es nicht nur um die Skepsis von Kund*innen, sondern auch von weiteren Stakeholdern wie von Mitarbeitenden (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018).

Dieses Thema wird überwiegend *funktionalistisch* erforscht (s. Tabelle 37). Wie es für die *funktionalistische* Forschungsperspektive charakteristisch ist, wird der Umgang mit der Skepsis von Stakeholdern als ein kritischer Erfolgsfaktor für die Umsetzung von wettbewerbsfähigen CSR-Maßnahmen und für die Optimierung von Erträgen aus CSR-Investitionen aufgefasst (Chaudhary & Akhouri, 2018; Kim et al., 2018a; Ogunfowora et al. 2018). Auf Basis des Persuasion-Knowledge-Models (Friestad & Wright, 1994) wird beschrieben, dass Menschen Überzeugungstaktiken erkennen und opportunistisches Unternehmer*innen-Handeln negativ bewerten (Kim et al., 2018a). Lee und Yoon (2018) zeigen ebenfalls, dass CSR-Praktiken, die aus instrumentellen Gründen umgesetzt werden, die wahrgenommene Authentizität von Organisationen verringern.

Tabelle 37 Skepsis gegenüber CSR-Praktiken

Skepsis gegenüber CSR-Praktiken (11 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	6 (54,5%)	Herleitung von Handlungsempfehlungen zum Managen der Skepsis von Stakeholdern zur Optimierung von Erträgen aus CSR-Investitionen	Attribution-Theorie (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018), Cognitive-Dissonance-Theorie (De Jong et al., 2018), Persuasion-Knowledge-Model (Kim et al., 2018a), Legitimacy-Theorie (Lee & Yoon, 2018), Stakeholder-Theorie (Aqueveque et al., 2018)
Interpretativ	2 (18,2%)	Nachvollziehen des Entstehens einer Authentizitätslücke und Herleitung von Handlungsempfehlungen zur Verringerung der Skepsis von Stakeholdern	Brand-Management-Theorie (Samuel et al., 2018), Communication-Theorie (El-Bassiouny et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	2 (18,2%)	Aufdecken von CSR-Praktiken als Taktiken zur Verringerung von Skeptizismus gegenüber CSR-Initiativen	-
Poststrukturalistisch	1 (9,1%)	Darstellung von CSR-Kommunikationsstrategien als machtvoll, wahrheitskonstituierende Praktiken	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Auf Basis der Attributionentheorie (Kelley, 1973) wird deutlich, dass Stakeholder altruistisch motivierte CSR-Maßnahmen positiver bewerten als opportunistisch intendierte CSR-Praktiken. De Jong et al. (2018) argumentieren, dass Stakeholder nicht nur aufgrund der zugeschriebenen Motive skeptisch sind, sondern vielmehr die soziale beziehungsweise ökologische Leistung selbst anzweifeln. Die Auswirkungen werden mittels der kognitiven Dissonanztheorie (Festinger, 1957) erklärt, nach der Menschen danach streben, empfundene Dissonanzen aufzulösen. Dies führt in Abhängigkeit der Situation zu unterschiedlichen Bewertungen der ausgewiesenen Leistungen von Organisationen.

Anstatt opportunistische Motive und Taktiken kritisch zu hinterfragen, werden Handlungsempfehlungen für Manager*innen hergeleitet, um Zweifel von Stakeholdern und die daraus resultierenden negativen, organisationalen Folgen zu minimieren (z.B. Chaudhary & Akhouri, 2018). Zur Messung vorab definierter Zusammenhänge werden ausschließlich quantitative Methoden angewendet wie Regressionsanalysen (z.B. Aqueveque et al., 2018), Faktoranalysen (z.B. De Jong et al., 2018), Strukturgleichungsmodellierungen (z.B. Lee & Yoon, 2018) und Bootstrapping-Verfahren (Chaudhary & Akhouri, 2018).

Das Thema Skepsis gegenüber CSR-Praktiken wird in zwei Studien auch aus der *interpretativen* Forschungsperspektive beleuchtet (El-Bassiouny et al., 2018; Samuel et al., 2018). Darin geht es ebenfalls darum, Handlungsempfehlungen für Manager*innen herzuleiten, um Authentizitätslücken zu schließen (El-Bassiouny et al., 2018), und durch Kommunikationsmaßnahmen Skepsis von Stakeholdern zu verringern und Vertrauen aufzubauen (Samuel et al., 2018). CSR wird als eine Komponente des Markenmanagements beschrieben und Implikationen auf Basis von Stakeholder- und Kommunikationsansätzen hergeleitet. Deutlich wird, dass kommunizierte CSR-Maßnahmen, die als authentisch wahrgenommen werden, das Markenimage stärken können (Samuel et al., 2018). Neben qualitativen Inhaltsanalysen (El-Bassiouny et al., 2018; Samuel et al., 2018) werden Fokusgruppen im Rahmen eines Fallstudiendesigns eingesetzt (Samuel et al., 2018). Abgrenzend zur funktionalistischen Forschung wird die emergente Entwicklung von Fragestellung im Forschungsprozess als wesentliche Stärke der interpretativen Sozialforschung herausgestellt (Samuel et al., 2018, S. 57).

Ich ordnete die von mir als *ideologiekritisch-interpretativ* kodierten Artikel von MacKenzie (2018) und McDaniel et al. (2018) ebenfalls dem Thema der CSR-Skepsis zu, da es darum geht, CSR-Strategien offenzulegen, die Organisationen anwenden, um Skepsis von Stakeholdern gegenüber kritischen Geschäftstätigkeiten abzumildern (MacKenzie, 2018). Kommunikationspraktiken werden als Taktiken entlarvt, die Manager*innen anwenden, um die Öffentlichkeit und politische Entscheidungsträger*innen zugunsten ihrer Unternehmensinteressen zu steuern. Werden hingegen Meinungen von Vertreter*innen des Gemeinwesens einbezogen, wird Skepsis gegenüber CSR-Initiativen deutlich. Diese werden allerdings durch Kommunikationstaktiken von Unternehmensvertreter*innen zur Durchsetzung von Unternehmensinteressen überstimmt, was aus der ideologiekritischen Perspektive aufgedeckt wird (McDaniel et al., 2018).

Das Kommunikationsparadox, welches beinhaltet, dass die Glaubwürdigkeit von CSR-Praktiken in Frage gestellt werden, wird von Hoffmann (2018) aus der *poststrukturalistischen* Perspektive beleuchtet und von managementorientierten und ideologiekritischen Argumenten abgegrenzt. Sowohl aus einer erhaltenden als auch aus einer ideologiekritischen Perspektive wird aus verschiedenen Gründen eine intensive CSR-Vermarktung abgelehnt. Aus einer erhaltenden Perspektive wird herausgestellt, dass eine explizite CSR-Kommunikation im Vergleich zu einem impliziten Ansatz als unglaubwürdig eingeschätzt werden könnte. „Empirical research based on attribution theory points out that highly salient self-promotional communication decrease the credibility of corporate messages“ (Hoffmann, 2018, S. 678). Aus einer ideologiekritischen Perspektive werden CSR-Maßnahmen als Verschleierungstakti-

ken enttarnt und postuliert, dass soziale Leistungen auch ohne kommunikative Maßnahmen für sich selbst sprechen würden. Somit wird aus einer ideologiekritischen Perspektive jede Art der CSR-Vermarktung abgelehnt. In Abgrenzung dazu wertschätzt Hoffmann (2018, S. 678 f.) CSR-Kommunikationsmaßnahmen aus einer poststrukturalistischen CCO-Perspektive und bezeichnet diese als machtvollen, kontextabhängigen Strategien, die aufgrund ihrer wahrheitskonstituierenden Wirkungen sowohl CSR-Praktiken als auch die öffentliche Meinung verändern können.

Neben Studien zur Skepsis gegenüber CSR-Initiativen habe ich Artikel über Konzepte wie Greenwashing, CSIR sowie Corporate Misconduct identifiziert. Während Manager*innen im Rahmen von Greenwashing-Taktiken bessere sozial verantwortliche Leistungen suggerieren, als es dem tatsächlichen Verhalten entspricht (De Jong et al., 2018, S. 79), beschreibt das CSIR-Konzept unternehmerische Verstöße gegenüber regulatorischen Richtlinien und Mindeststandards (Oh et al., 2018, S. 325). Corporate Misconduct umfasst ebenfalls illegale unternehmerische Handlungen (Lee et al., 2018c). Aus der Tabelle 38 geht der vergleichsweise hohe Anteil politisierender Studien zu *sozial unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln* hervor.

Aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive werden Zusammenhänge zwischen Antezedenzen, den genannten Konzepten und organisationalen Effekten gemessen. Vor diesem Hintergrund untersuchen Wissenschaftler*innen den Einfluss von Variablen auf Konzepte wie CSIR, Corporate Misconduct sowie auf negative CSR-Aktivitäten (z.B. Hoi et al., 2018; Lee et al., 2018c; Sun & Gunia, 2018). Die Studienergebnisse zeigen unter anderem, dass unverantwortliche Handlungen durch eine lange Amtszeit von Vorstandsvorsitzenden (Oh et al., 2018), aber auch durch eine hohe Verfügbarkeit von Ressourcen (Sun & Gunia, 2018) reduziert werden können.

Deutlich wird außerdem, dass unternehmerisches Fehlverhalten wie Greenwashing zwar keinen Effekt auf die Generierung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile habe, Manager*innen aber dadurch die Wahrnehmung von Stakeholdern von ihrer Umweltleistung positiv beeinflussen können (De Jong et al., 2018). Forscher*innen tragen aus der funktionalistischen Forschungsperspektive dazu bei, die Verbreitung von Greenwashing zu erklären (z.B. Gilbert et al., 2018), ohne dies kritisch zu beleuchten. So finden Tang und Demeritt (2018) zwar Hinweise für Greenwashing, ohne jedoch CSR als ein Instrument zur Reduzierung von Kapitalismus-Kritik aufzudecken oder das Wirken von Organisationen in kapitalistischen Systemen zu kritisieren.

Tabelle 38 Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln

Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (20 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	7 (35%)	Messen der Antezedenzen und Effekte von Konzepten wie Greenwashing und CSIR	Agency-Theorie (Lee et al., 2018c), Cognitive-Dissonance-Theorie (De Jong et al., 2018), Human-Capital-Theorie (Oh et al., 2018), Institutional-Theorie (Hoi et al., 2018), Prospect-Theorie (Sun & Gunia, 2018)
Interpretativ	2 (10%)	Verstehen von Herausforderungen, die zu Menschenrechtsverletzungen führen; Aufzeigen von Strategien im Umgang mit kollektiv ausgelösten Unternehmensskandalen	Human-Rights-based-Approach (van der Ploeg & Vanclay, 2018), Situational-Crisis-Communication-Theorie (Comyns & Franklin-Johnson, 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	4 (20%)	Verstehen von unternehmerischen Strategien in ausgewählten Fällen und Kontexten; Offenlegung von Greenwashing-Taktiken und Menschenrechtsverletzungen durch Organisationen	Human-Rights-based-Approach (MacKenzie, 2018), Legitimacy-Theorie (Waniak-Michalak et al., 2018)
Ideologiekritisch	2 (10%)	Offenlegung von Greenwashing-Taktiken und Aufzeigen negativer gesellschaftlicher Effekte des (strukturellen) Wirkens von Organisationen	Social-Capital-Theorie (Lee & Marquis, 2018)
Poststrukturalistisch	5 (25%)	Beleuchtung von CSR-Diskursen marginalisierter Stakeholder	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018), Culture-Centered-Approach (Ban, 2018), Feminist-Theorie (Lauwo, 2018; Campbell & Kim, 2018), Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Auch aus der *interpretativen* Forschungsperspektive wird unternehmerisches Fehlverhalten nicht kritisiert. Stattdessen geht es darum, zu verstehen, welche Herausforderungen dazu führen, dass durch unternehmerisches Handeln Menschenrechte verletzt werden, was Verstöße gegenüber den Rechten auf Nahrung, Arbeit und Gesundheit umfasst (van der Ploeg & Vanclay, 2018). Außerdem werden Strategien untersucht, die in Organisationen angewendet werden, um Reputationsschäden aus kollektiv ausgelösten Unternehmensskandalen zu vermeiden (Comyns & Franklin-Johnson, 2018).

In vier von mir als *multiperspektivisch* kodierten Artikeln geht es ebenfalls um sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln als eine thematische Facette (MacKenzie, 2018; McDaniel et al., 2018; Tysiachniouk et al., 2018; Waniak-Michalak et al., 2018). Darin wird

mit Blick auf negative Auswirkungen unternehmerischen Handelns deutlich, dass es durch den Abbau von Mineralien eines Ölkonzerns zu Umweltzerstörungen kommt, sodass indigene Bevölkerungsgruppen in der Rentierzucht beeinträchtigt werden und soziale sowie ökologische Verluste erleiden. Aus der ideologiekritischen Perspektive wird offengelegt, dass marginalisierte Gruppen nicht nur unterschiedlich behandelt werden, sondern aufgrund von Unternehmensinteressen kaum die Möglichkeit haben, an der industriellen Entwicklung ihrer Heimat teilzuhaben (Tysiachniouk et al., 2018).

In diesem Diskursstrang werden CSR-Maßnahmen und CSR-Offenlegungspraktiken aus ideologiekritischer Perspektive als bewusste Taktiken enttarnt, um von negativen gesellschaftlichen Konsequenzen unternehmerischen Handelns abzulenken (MacKenzie, 2018; McDaniel et al., 2018). Abgrenzend zur funktionalistischen Forschung wird die Entstehung von Greenwashing-Praktiken nicht wertneutral erklärt. Stattdessen werden Täuschungstaktiken als Manipulationsstrategien offengelegt (Petticrew et al., 2018; Waniak-Michalak et al., 2018).

Schließlich ordnete ich die von mir als ideologiekritisch kodierte Studie von Lee und Marquis (2018) ebenfalls diesem Thema zu, da darin – neben der Berücksichtigung direkter CSR-Effekte – die negativen gesellschaftlichen Folgen der Machtwirkungen von Unternehmen aufgedeckt werden. „These multiple pathways present a more complex story of corporate social responsibility, showing direct contributions but also deleterious effects realized through the intervention of corporate power“ (Lee & Marquis, 2018, S. 219).

Während Autor*innen CSR-Offenlegungspraktiken aus ideologiekritischer Perspektive als Greenwashing-Taktiken enttarnen, werden diese aus *poststrukturalistischer* Perspektive als soziale Praktik konzeptualisiert – „making it impossible to measure the degree of corporate ‘greenwashing’“ (Hoffmann, 2018, S. 680). Autor*innen poststrukturalistischer Forschung „would not compare talk with action, but instead communication with communication“ (Hoffmann, 2018, S. 680). Vor diesem Hintergrund werden durch interpretative ethnografische Fallstudien (Lauwo, 2018) und mittels Diskursanalysen (Ban, 2018; Lee & Parpart, 2018) subjektive Wahrnehmungen von Stakeholdern aufgezeigt und mit den CSR-Kommunikationspraktiken von Unternehmen verglichen.

Forscher*innen poststrukturalistischer Studien zeigen, dass Mitarbeitende in Organisationen trotz offengelegter CSR-Praktiken Lohnmissbrauch und Menschenrechtsverletzungen wahrnehmen (Ban, 2018; Lauwo, 2018). Auf Basis poststrukturalistischer Theorien, wie feministischer Ansätze, wird gezeigt, wie Machtverhältnisse durch organisationale Praktiken entstehen und reproduziert werden (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018; Lee & Parpart, 2018). Aus der poststrukturalistischen Forschungsperspektive werden CSR-Texte als diskursive Kon-

struktionen aufgefasst, die sich in Lohnpraktiken manifestieren. Machteffekte begünstigen diskursive Konstruktionen, die lediglich zur Festlegung minimaler Lohnstandards führen (Ban, 2018, S. 426). Stimmen, die durch die konstituierende Wirkung organisationaler Praktiken marginalisiert werden, bleiben im Mainstream-CSR-Diskurs unberücksichtigt (Lauwo, 2018, S. 689). Aus der poststrukturalistischen Perspektive werden diese Stimmen in den Mittelpunkt gestellt, mit dem Ziel diese zu ermächtigen (z.B. Lee & Parpart, 2018).

4.3.10 CSR-Praktiken und Diversitätsaspekte

In einem weiteren gebündelten Diskursstrang geht es um CSR-Fragen im Zusammenhang mit Diversitätsaspekten. In Abgrenzung zu Artikeln, in denen Diversitätspraktiken lediglich als Elemente von CSR-Konzeptualisierungen gemessen werden, fokussiere ich mich auf Studien, in denen der Zusammenhang zwischen CSR- und Diversitätsaspekten den thematischen Fokus bildet. Wie Tabelle 39 zeigt, wird dabei am häufigsten die Gender-Dimension untersucht. Darüber hinaus werden in einzelnen Studien Effekte des Alters, einer LGBT-unterstützenden Unternehmenspolitik sowie von Praktiken zur Förderung der Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung betrachtet.

Tabelle 39 Zusammenhang zwischen Forschungsperspektiven und Diskurssträngen zu CSR-Praktiken und Diversitätsaspekten

Forschungsperspektive	CSR-Praktiken und Diversitätsaspekte							
	Gender-Diversity		Alter		LGBT		Inklusion	
Erhaltend	5	2,7%	1	0,5%	1	0,5%	2	1,1%
Funktionalistisch	4		1		1		1	
Interpretativ	1		0		0		0	
Funktionalistisch-interpretativ	0		0		0		1	
Politisierend	3	1,6%	0	0%	0	0%	0	0%
Ideologiekritisch	0		0		0		0	
Poststrukturalistisch	3		0		0		0	
Ideologiekritisch-poststrukturalistisch	0		0		0		0	
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	1	0,5%	0	0%	0	0%	0	0%
Insgesamt	9	4,8%	1	0,5%	1	0,5%	2	1,1%

% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven der Themen in Bezug auf alle 187 Studien

Lediglich Gender-Aspekte werden politisierend analysiert. In der Tabelle 40 wird konkretisiert, wie das Thema aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet wird.

Tabelle 40 Gender-Diversity

Gender-Diversity (9 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	4 (44,4%)	Einfluss von weiblichen Vorstandsmitgliedern auf die Offenlegung und Implementierung von CSR-Praktiken	Critical-Mass-Theorie (Cook & Glass, 2018), Similarity-Attraction-Paradigm (Nie et al., 2018), Social-Role-Theorie (z.B. García & Sánchez et al., 2018), Token-Theorie (Cook & Glass, 2018)
Interpretativ	1 (11,1%)	Verstehen, wie Manager*innen die Umsetzung von Gender-Equality-Praktiken wahrnehmen	Stakeholder-Theorie (Kobayashi et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	1 (11,1%)	Messen der Einflüsse verschiedener Managementgruppen auf Geschlechterdiversität, verstehen von deren Wahrnehmungen und Offenlegen von Interessenskonflikten	Institutional-Theorie (Mun & Jung, 2018)
Poststrukturalistisch	3 (33,3%)	Beleuchtung von diskursiven Praktiken, welche die männliche Hegemonie konstituieren	Feminist-Theorie (Lauwo, 2018; Campbell & Kim, 2018), Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

In Studien mit *funktionalistischer* Forschungsperspektive zu Gender-Aspekten untersuchen Wissenschaftler*innen unter anderem den Einfluss von Frauen in Vorständen auf die Umsetzung von CSR-Praktiken (Cook & Glass, 2018; García-Sánchez et al., 2018). Unabhängige Variablen sind die Anzahl sowie der Anteil von Frauen in Vorständen. CSR wird überwiegend als zu erklärende Variable und als mehrdimensionales Konstrukt operationalisiert. Die Ergebnisse von García-Sánchez et al. (2018, S. 429) zeigen, dass sich Frauen in Vorständen positiv auf CSR-Leistungen auswirken, insbesondere im Hinblick auf gesellschaftliche Belange, Umweltfragen und die Einhaltung von Menschenrechten. Die Studie basiert auf der Social-Role-Theorie (z.B. Eagly & Johannesen-Schmidt, 2001). Demnach werden Frauen bestimmte Eigenschaften zugeschrieben, die sozial verantwortliche Handlungsweisen fördern (García-Sánchez et al., 2018, S. 431). Auch Cook und Glass (2018, S. 917) stellen heraus, dass eine höhere Anzahl weiblicher Vorstandsmitglieder mit umfassenderen CSR-Ergebnissen einhergehe. Dabei argumentieren die Forscher*innen mittels der Critical-Mass-Theorie (Dahlerup, 2006) sowie der Token-Theorie (Kanter, 1977). Beide Theorien basieren auf der Annahme, dass der Einfluss von Frauen auf organisationale Ergebnisse von ihrer zahlenmäßigen Vertretung abhängt (Cook & Glass, 2018, S. 899).

Neben den Ergebnissen, die zeigen, dass weibliche Vorstandsmitglieder CSR-Leistungen positiv beeinflussen, wird ebenfalls deutlich, dass CSR-Praktiken positive organisationale Effekte auf Mitarbeiterinnen haben können. Vor diesem Hintergrund zeigen Nie et al. (2018), dass ausgewählte sozial verantwortliche Personalmanagementpraktiken die Fluktuationsabsichten von Frauen in Organisationen reduzieren, insbesondere unter dem Einfluss weiblicher Vorgesetzter.

Tao et al. (2018, S. 675) zeigen, dass an CSR-Entscheidungsprozessen weniger Frauen als Männer beteiligt sind. Die Intention der Forscher*innen besteht nicht in der Kritik vorherrschender Ungleichbehandlungen zwischen Frauen und Männern im Arbeitskontext. Stattdessen geht es um die Förderung gleichstellungsrelevanter CSR-Praktiken „zum Zwecke einer Verbesserung der Funktionsfähigkeit von Organisationen beziehungsweise einer verbesserten sozialen Ordnung“ (Krell & Sieben 2007, S. 250). Die vorab definierten Hypothesen der Studien werden mittels Regressionsanalysen (Cook & Glass, 2018; García-Sánchez et al., 2018) und Strukturgleichungsmodellierungen gemessen (Nie et al., 2018; Tao et al., 2018).

Ein charakteristisches Beispiel einer Fragestellung aus der *interpretativen* Forschungsperspektive zu CSR-Gender-Aspekten ist, wie Manager*innen Gender-Equality-Praktiken in ihrer Organisation wahrnehmen (Kobayashi et al., 2018, S. 801). Kobayashi et al. (2018) werten Interviews tiefenanalytisch aus, um individuelle Erfahrungen nachzuvollziehen. In der Studie werden Konflikte benannt, die bei der Förderung der Gleichstellung der Geschlechter – als eine Facette des Wohlbefindens von Mitarbeitenden – auftreten. Obwohl in den Ergebnissen Beispiele für mittelbare Diskriminierung thematisiert werden, zielen die Autor*innen nicht darauf ab, das meritokratische System zu hinterfragen, was als Hindernis der Gleichstellung der Geschlechter benannt wird. Vielmehr geht es in der Studie darum, wahrgenommene Herausforderungen zu beleuchten.

Ich ordnete auch die von mir als *funktionalistisch-ideologiekritisch* kodierte Studie von Mun und Jung (2018) dem Gender-Thema zu, da es in der Studie um die Implementierung von Geschlechtervielfalt geht. Die Analyse japanischer Unternehmen zeigt, dass die Anzahl von Frauen zwar in Vorständen und Führungspositionen ansteigt, allerdings nicht in Einstiegs- und Nicht-Führungspositionen. Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive wird in der Studie der Status-quo der Chancengerechtigkeit der Geschlechter kritisiert. Charakteristisch für die ideologiekritische Forschungsperspektive ist es, „das Zustandekommen von Diskriminierungen aufzuzeigen und zu erklären“ (Krell & Sieben 2007, S. 250).

In drei von fünf der als *poststrukturalistisch* kodierten CSR-Artikel geht es um Geschlechteraspekte. Abgrenzend zu einer binären Unterscheidung zwischen Frauen und Männern,

analysieren Wissenschaftler*innen aus poststrukturalistischer Forschungsperspektive die diskursive Konstruktion von Geschlechteridentitäten unter Berücksichtigung der Reproduktion von Machtverhältnissen (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018; Lee & Parpart, 2018).

Dafür nutzen sie interpretative ethnographische Methoden (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018) und Diskursanalysen (Lee & Parpart, 2018), um Erfahrungen von marginalisierten Frauen offenzulegen. Campbell und Kim (2018) analysieren ethnographische Daten, aus denen – anstelle von Hypothesen – Problemstellungen für die weitere Analyse generiert werden. Wie es für die Untersuchungsmethode typisch ist, untersuchen Campbell und Kim (2018) Standpunkte sowie soziale Herrschaftsbeziehungen, um Machteffekte zu beleuchten. Gemäß Smith (2005, S. 9) lassen sich Standpunkte definieren als „the social positioning of the subject of knowledge, the knower and creator of knowledge“. Aufgezeigt wird die Verknüpfung von Macht und Wissen als charakteristisches Merkmal poststrukturalistischer Forschung (Krell & Sieben, 2007, S. 248).

In der Studie von Lauwo (2018, S. 699) wird gezeigt, dass Frauen durch die produzierte Geschlechteridentität unter anderem im Hinblick auf Karriereentwicklungsmöglichkeiten diskriminiert werden. Weitere Bereiche der Diskriminierung gehen aus dem folgenden Zitat hervor:

„[W]omen are unavoidably subordinated, oppressed and marginalised while struggling for their basic human rights. Women are still affected by inequalities in the workplace, sexual harassment, lack of access to job training, exploitation of male labour and family responsibilities and caring“ (Lauwo, 2018, S. 704).

Auch Lee und Parpart (2018, S. 312) zeigen in Anlehnung an Shin und Kong (2014), dass die weibliche Geschlechteridentität im Vergleich zur männlichen im Arbeitskontext nicht geschätzt und unterstützt wird. Frauen müssen sich einem Prozess der Vermännlichung stellen, um in Führungspositionen akzeptiert zu werden (Lee & Parpart, 2018, S. 316). Außerdem wird deutlich, dass in keiner der analysierten Organisationen das geschlechtsspezifische Lohngefälle ausgewiesen wird (Lee & Parpart, 2018, S. 317). Trotz Bekundungen, Lohn- und Chancengerechtigkeit zwischen den Geschlechteridentitäten umzusetzen, fungieren unternehmerische CSR-Diskurse vielmehr als Möglichkeit, die männliche Hegemonie zu legitimieren (Lee & Parpart, 2018, S. 315).

Weitere Diversity-Dimensionen werden lediglich in vier Artikeln aus erhaltenden Forschungsperspektiven untersucht (s. Tabelle 41).

Tabelle 41 Weitere Diversitätsmerkmale

Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Alter			
Funktionalistisch	1 (100%)	Messen des Einflusses des Alters auf die Wirkung von CSR-Praktiken	Socio-Emotional-Selectivity-Theorie (Wisse et al., 2018)
LGBT			
Funktionalistisch	1 (100%)	Messen des Einflusses von LGBT-unterstützenden Praktiken auf organisationale Leistungsgrößen	Resource-based-View (Pichler et al., 2018), Stakeholder-Theorie (Pichler et al., 2018)
Inklusion			
Funktionalistisch	1 (50%)	Messen des Einflusses von inklusionsfördernden Praktiken auf mitarbeiterbezogene Einstellungs- und Verhaltensgrößen	-
Funktionalistisch-interpretativ	1 (50%)	Analyse des Einflusses von inklusionsfördernden Dienstleistungen auf die Betriebsleistung von Organisationen	-
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

Hierbei handelt es sich um Studien zu Effekten des Alters (Wisse et al., 2018) sowie zu Auswirkungen von LGBT-Praktiken (Pichler et al., 2018) und inklusionsfördernden Maßnahmen (Bruccoli et al., 2018; Perez et al., 2018). Diesbezüglich belegen Pichler et al. (2018), dass sich LGBT-unterstützende Praktiken positiv auf den Wert, die Produktivität und die Profitabilität von Unternehmen auswirken. Während Bruccoli et al. (2018) zeigen, dass die Einführung sozial inklusiver Dienstleistungen für Personen mit Beeinträchtigung die Betriebsleistung von Organisationen verbessere, heben Perez et al. (2018) die positiven Effekte von inklusionsfördernden CSR-Praktiken auf Mitarbeitende hervor.

Wisse et al. (2018) weisen auf Basis der Socio-Emotional-Selectivity-Theorie (Carstensen, 2006) nach, dass implementierte CSR-Praktiken die Zufriedenheit von älteren Arbeitnehmer*innen stärker steigern als die von jüngeren Mitarbeitenden. Denn nach dieser Theorie wird mit zunehmendem Alter aufgrund der begrenzten verbleibenden Lebenszeit mehr Wert auf emotional bedeutsame Ziele gelegt. CSR ist also ein Instrument, um im Kontext einer alternierenden Belegschaft die Arbeitszufriedenheit aufrechtzuerhalten.

Zusammenfassend zielen Autor*innen von Studien mit erhaltenden Forschungsperspektiven in Anlehnung an den Business Case for Diversity darauf ab, positive organisationale Effekte von diversitätsbezogenen CSR-Praktiken nachzuweisen (z.B. Pichler et al., 2018).

4.3.11 CSR-Konzeptualisierungen

Fünf Studien meines Datensatzes ordnete ich einem Diskursstrang zu, in dem es um Konzeptualisierungen der sozialen Verantwortung von Organisationen geht (s. Tabelle 42). Ein Erklärungsansatz für die verhältnismäßig kleine Anzahl identifizierter Artikel besteht in der Beschränkung meiner Analyse auf empirische Studien. Konstrukt-Analysen, zum Beispiel zur politischen Rolle von Organisationen (z.B. Scherer & Palazzo, 2007), werden hingegen überwiegend im Rahmen konzeptioneller Studien untersucht (Frerichs & Teichert, 2023, S. 252).

Tabelle 42 CSR-Konzeptualisierungen

CSR-Konzeptualisierungen (5 Artikel)			
Perspektiven	Anzahl/ (Anteil)	Fokus	Beispiele angewandter Theorien
Funktionalistisch	1 (20%)	Herleitung einer normativen CSR-Konzeptualisierung auf Basis von universellen, religiösen Werten	-
Interpretativ	2 (40%)	Konzeptualisierung von CSR aus einer Prozessperspektive	Institutional-Work-Perspektive (Gond et al., 2018), Sensemaking-Theorie (Richter & Arndt, 2018), Strategy-as-Practice-Approach (Gond et al., 2018)
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen	1 (20%)	Offenlegung von Grenzen bisheriger CSR-Konzeptualisierungen inklusive der politischen CSR-Konzeption	Industrial-Democracy-Approach (Donaghey & Reinecke, 2018)
Poststrukturalistisch	1 (20%)	Annahme der Existenz konkurrierender CSR-Figuren, diskursive CSR-Praktiken konstituieren die DNA von Organisationen	CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018)
% = Prozentualer Anteil der Forschungsperspektiven innerhalb dieses Diskursstrangs			

In der Studie von Helfaya et al. (2018) wird aus der *funktionalistischen* Forschungsperspektive untersucht, inwieweit Environmental-Responsibility-Themen in Versen des Korans vorkommen und welche Implikationen sich daraus für die Umsetzung eines verantwortungsvollen Handelns in der Unternehmenspraxis herleiten lassen. Dieser Artikel ist ein Beispiel für Ansätze, die im Beitrag von Scherer und Palazzo (2007, S. 1101 ff.) der nomologischen Perspektive zugeordnet sind. Das CSR-Konstrukt wird weder als sozial konstruiert aufgefasst, noch als ausgehandeltes Ergebnis verschiedener Interessensgruppen. Stattdessen geht es

darum, universell geltende Prinzipien aufzuzeigen, aus denen Implikationen für ein sozial verantwortliches Unternehmer*innen-Handeln hergeleitet werden können. Daher ordnete ich den Artikel der funktionalistischen Forschungsperspektive zu. Demnach handelt es sich beim CSR-Konstrukt um ein normatives und handlungsleitendes Konzept, „which sets several judgements concerning what is right and wrong; what ought to be, or not, be done“ (Helfaya et al., 2018, S. 1124).

Charakteristisch für die *interpretative* Forschungsperspektive zu CSR-Konzeptionen ist es, CSR als „socially constructed phenomenon“ aufzufassen (Gond et al., 2018, S. 266) und CSR-Aspekte aus einer Prozessperspektive auf Basis der Sensemaking-Theorie (Weick 1993, 1995) zu verstehen (Richter & Arndt, 2018). Sensemaking kann definiert werden als „process by which individuals develop cognitive maps of their environment“ (Ring & Rands, 1989, S. 342). Um den CSR-Charakter in einem spezifischen Unternehmenskontext zu analysieren, führen Richter und Arndt (2018) eine explorative Einzelfallstudie durch. Im Fokus stehen Entscheidungsprozesse von Manager*innen in der Gestaltung von sozial verantwortlichen Initiativen. Aus einer solchen interpretativen Perspektive lässt sich CSR in Abgrenzung zur funktionalistischen Forschung definieren als:

„[P]rocess by which managers within an organization think about and discuss relationships with stakeholders as well as their roles in relation to the common good, along with their behavioral disposition with respect to the fulfillment and achievement of these roles and relationships“ (Basu & Palazzo, 2008, S. 124).

In Erweiterung des CSR-Prozess-Modells von Basu und Palazzo (2008) betonen Richter und Arndt (2018) die Relevanz einer Konzeptualisierung, in der CSR nicht als statisches, sondern dynamisches Konstrukt aufgefasst wird. Gond et al. (2018) beschreiben ebenfalls die konstruktivistische Mikrofundierung von CSR und zeigen, dass CSR durch soziale Handlungen in Organisationen konstruiert wird.

In der Feldstudie von Donaghey und Reinecke (2018), die ich als *ideologiekritisch-interpretativ* kodierte, werden Grenzen offengelegt, die entstehen, wenn sozial verantwortliche Initiativen auf Basis von CSR-Konzeptionen umgesetzt werden. Anhand mehrerer Kriterien vergleichen Donaghey und Reinecke (2018) CSR-Facetten mit den Merkmalen des Industrial-Democracy-Konstrukts (Webb & Webb, 1897). Im Unterschied zu CSR-Konzeptionen zeichnen sich Initiativen auf Basis eines Demokratieverständnisses dadurch aus, dass Arbeitnehmer*innen aktiv in Entscheidungsprozesse eingebunden werden. Während CSR konzeptualisiert wird als ein Instrument zur Profitmaximierung, welches ethische und ökonomische Ziele in Win-Win-Szenarien harmonisiert, berücksichtigen Industrial-

Democracy-Konzeptionen das Vorliegen konkurrierender Interessen zwischen Unternehmer*innen und Arbeiternehmer*innen. Diese werden im Rahmen von politischen Prozessen ausgehandelt. Durch den Fokus auf die Arbeitnehmer*innen-Beteiligung unterscheidet sich das Industrial-Democracy-Konstrukt selbst von CSR-Konzeptionen, in denen Wissenschaftler*innen die politische Rolle von Organisationen postulieren (Scherer & Palazzo, 2011).

Aus der *poststrukturalistischen* Forschungsperspektive beleuchtet Hoffmann (2018) die Paradoxie zwischen einem integrierten CSR-Konzeptverständnis und einzelnen diskretionären CSR-Praktiken. Gemäß dem integrierten Verständnis ist das CSR-Konzept strategisch ausgerichtet. Dies bedeutet, dass das CSR-Konzept nicht nur einzelne Wohltätigkeitspraktiken umfasst, sondern dass die Auswirkungen des Geschäftsmodells einer Organisation ganzheitlich berücksichtigt werden. Ein solches integriertes Konzeptverständnis wird in der Literatur von einzelnen diskretionären Praktiken abgegrenzt. Einzelne diskretionäre Maßnahmen werden hingegen als „isolated add-ons“ (Hoffmann, 2018, S. 677) aufgefasst. Das integrierte CSR-Verständnis hat sich in der funktionalistischen Mainstream-Forschung zu einem Managementkonzept entwickelt, womit die Umsetzung authentischer CSR-Praktiken suggeriert wird. Hingegen werden einzelne diskretionäre CSR-Maßnahmen aus der ideologiekritischen Perspektive als vorgetäuschte Taktiken aufgedeckt, die dazu dienen, von sozial unverantwortlichem Handeln in Organisationen abzulenken. Abgrenzend dazu lehnt Hoffmann (2018) aus der poststrukturalistischen Forschungsperspektive die positivistische Unterscheidung zwischen einem integriertem CSR-Konzeptverständnis und einzelnen diskretionären Praktiken ab. Stattdessen wird die Koexistenz konkurrierender diskursiver Figuren angenommen. „What today appears to be discretionary might be talked into the ‘corporate DNA’ tomorrow“ (Hoffmann, 2018, S. 678).

4.3.12 Zusammenfassung

Im Unterschied zur quantitativen bibliometrischen Analyse bietet die qualitative Inhaltsanalyse *zum einen* die Möglichkeit, zusätzliche Themen aufzuzeigen und zu Diskurssträngen zu bündeln. Neben Mitarbeitenden und Kund*innen kommen in meinem Datensatz weitere Stakeholder-Gruppen vor, von denen ich Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen aufgrund ihrer besonderen Hervorhebung herausstelle (s. 4.3.3). Außerdem lege ich Diskursstränge dar zu ausgewählten Führungs- und Managementaspekten, zu institutionellen Rahmenbedingungen und ausgewählten Länderkontexten, zu Treibern und Motiven von CSR-Praktiken und zu den strategischen Auswirkungen auf organisationale Erfolgsgrößen. Weiterhin beleuchte ich Diskursstränge zu CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen,

zur Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln, zu Diversitätsaspekten und zu CSR-Konzeptualisierungen. Einige Themen konnte ich bereits durch die Anwendung bibliometrischer Methoden identifizieren, andere werden erst durch die qualitative Inhaltsanalyse sichtbar (s. Tabelle 10). Dies verdeutliche ich anhand des folgenden Beispiels. Mittels bibliometrischer Methoden lassen sich Studien in der Peripherie des Forschungsfeldes erkennen, in denen die Skepsis gegenüber CSR-Initiativen thematisiert wird. Durch die qualitative Inhaltsanalyse wird die Bedeutung dieses Themas im Forschungsfeld bestätigt. Zudem zeigt sich, dass in weiteren Studien sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln beleuchtet wird; dieses Thema konnte ich zum Zeitpunkt meiner Analyse noch nicht mittels bibliometrischer Verfahren als thematische Sinnprovinz identifizieren.

Zum anderen ist es möglich, aufzuzeigen, wie die Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven (Deetz, 1996; Sieben 2007a, b) beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich nicht wie bei der paradigmatischen Landkarte von Burrell und Morgan (1979) um „einander ausschließende Paradigmen“ (Sieben, 2007b, S. 88 – i.O.herv.). Vielmehr betont Sieben (2007b) die Flexibilität zwischen und innerhalb der Forschungsperspektiven, die innerhalb einzelner Studien kombiniert werden können. Dies wird durch die Anzahl multiperspektivischer Studien innerhalb meines Datensatzes (11) bestätigt, welche die Anzahl ideologiekritischer (2) und poststrukturalistischer Studien (5) übersteigt.

Aus den verschiedenen Forschungsperspektiven resultieren unterschiedliche Konzeptverständnisse und Fragestellungen. Abgrenzend zu Vibert (2004), der basierend auf dem Modell von Burrell und Morgan (1979) Organisationstheorien verschiedenen Paradigmen zuordnet, widerspricht eine solche Kategorisierung den Annahmen des Kompasses der Managementforschung (Sieben, 2007a, b). Anstelle einer sich gegenseitig ausschließenden Zuordnung von Theorien zu Forschungsperspektiven, können dieselben Theorien in Studien unterschiedlicher Forschungsperspektiven verschieden angewendet werden. Dies bestätigen auch meine Ergebnisse. In der poststrukturalistischen Forschung meines Datensatzes werden allerdings Theorien verwendet, die lediglich in Studien vorkommen, die ich dieser Forschungsperspektive zuordnete. Dies sind die CCO-Perspektive (Hoffmann, 2018), der Culture-Centered-Approach (Ban, 2018), poststrukturalistische feministische Theorien (Lauwo, 2018; Campbell & Kim, 2018) sowie der Masculinity-Approach (Lee & Parpart, 2018).

Die Forschungsperspektiven prägen durch unterschiedliche Anteile die verschiedenen Diskursstränge. Mit der folgenden Tabelle 43 zeige ich zusammenfassend, in welchen Diskurssträngen die jeweiligen Forschungsperspektiven besonders häufig vorkommen und welche Konzeptverständnisse damit einhergehen.

Tabelle 43 Forschungsperspektiven, ihr Vorkommen in Diskurssträngen und damit verbundene Konzeptverständnisse

Forschungsperspektiven (Anzahl insgesamt)	Diskursstränge (Anteile in Studien)	Konzeptverständnis
Funktionalistisch (143)	Kleine und mittelständische Unternehmen (10 von 10), Korrelation zwischen CSR und CFP (22 von 23), Führungsaspekte (25 von 27)	CSR als ein Managementinstrument
Interpretativ (24)	Implementierungsprozesse (9 von 16), Multinationale Unternehmen, insb. internationaler Transfer von CSR-Praktiken (4 von 9), Motive (7 von 26)	CSR als ein sozial konstruierter, dynamischer, kultur- und kontextabhängiger Sensemaking-Prozess
Multiperspektivisch mit erhaltenden und politisierenden Forschungszielen (11) (überwiegend ideologiekritisch-interpretativ (8))	Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (4 von 20), Organisationen umstrittener Branchen (4 von 21), Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen (6 von 32)	CSR als ein dynamischer, kultur- und kontextabhängiger, interessengetriebener Aushandlungsprozess
Ideologiekritisch (2)	Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (2 von 20), Organisationen umstrittener Branchen (1 von 21), CSR-Kommunikation (1 von 45)	CSR als Ergebnis interessenstriebener Aushandlungsprozesse beeinflusst durch Machtverhältnisse
Poststrukturalistisch (5)	Gender-Diversity (3 von 9), Sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln (5 von 20), Supply-Chain-Management-Aspekte (1 von 8)	CSR-Offenlegungspraktiken als wahrheitskonstituierende, diskursive Formation

Zu beachten ist, dass ich den Diskurssträngen eine unterschiedliche Anzahl an Artikeln zuordnete. Bei Diskurssträngen, die nur aus wenigen Studien bestehen, lassen sich kaum allgemeine Erkenntnisse zu den Anteilen der Forschungsperspektiven ziehen. Auch wenn es in meiner Arbeit nicht darum geht, generalisierbare Aussagen zu treffen, sollte berücksichtigt werden, dass sich mit steigender Anzahl an Studien zu einem Thema, aussagekräftigere Erkenntnisse aus den Anteilen herleiten lassen. Der CSR-Gender-Diskursstrang besteht lediglich aus neun Artikeln. Dennoch deutet die Verteilung der Forschungsperspektiven zum Gender-Thema auf ein Muster hin, auf das ich im Folgenden eingehe. Diskursstränge, die jedoch aus weniger Studien bestehen, berücksichtige ich für die folgende Darstellung nicht. Aus der Tabelle 43 gehen die drei Diskursstränge mit den höchsten Anteilen der jeweiligen Forschungsperspektive hervor.

Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive überwiegen mit einem Anteil von ca. 76,5 Prozent im gesamten CSR-Diskurs und in fast allen Diskurssträngen. Erwartungsgemäß ist der Anteil besonders hoch in den Diskurssträngen zur Korrelation zwischen CSR und CFP

und neben den weiteren genannten auch zum Einfluss von CSR-Praktiken auf Kund*innen sowie auf weitere organisationale Erfolgsgrößen. Außerdem ist der Anteil von Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive zum Zusammenhang zwischen CSR-Praktiken und Kund*innen größer als in mitarbeiterorientierten Studien. Wie ich zeige, werden in CSR-Studien zu Mitarbeitenden aus einer politikorientierten Perspektive kritische Arbeitsverhältnisse und die Marginalisierung von Arbeiter*innen – besonders von Frauen – beleuchtet (z.B. Lauwo, 2018). In Bezug auf Kund*innen liegen in meinem Datensatz hingegen keine politikorientierten Studien vor.

Außerdem wird deutlich, dass Studien zu Implementierungsprozessen überwiegend interpretativ sind und dass der Anteil von Studien, die ich als politisierend kodierte, im Diskursstrang zu sozial unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln am größten ist.

Deutlich wird auch, dass der Anteil von Artikeln mit poststrukturalistischer Forschungsperspektive im CSR-Gender-Diskursstrang verhältnismäßig hoch ist, auch wenn sich diese Aussage nur auf eine kleine Artikelanzahl bezieht. Darin wird hauptsächlich kritisiert, dass durch CSR-Offenlegungspraktiken die männliche Hegemonie reproduziert wird (Campbell & Kim, 2018; Lauwo, 2018; Lee & Parpart, 2018). Abgesehen von den in der Tabelle 43 aufgelisteten Themen ordnete ich drei der fünf als poststrukturalistisch kodierten Studien den Diskurssträngen zu Mitarbeitenden und zu ausgewählten Länderkontexten zu. In vier der fünf poststrukturalistischen Studien werden CSR-Kommunikationsaspekte thematisiert. Dies ist nicht überraschend, da es in der poststrukturalistischen Forschung im Kern um Machteffekte diskursiver Praktiken geht. Schließlich beinhaltet mein Datensatz sogar einen Artikel, in dem der CSR Business Case poststrukturalistisch hinterfragt wird (Hoffmann, 2018).

Politisierende und multiperspektivische Studien, welche die ideologiekritische Forschungsperspektive umfassen, prägen vor allem die Diskursstränge zu Unternehmen umstrittener Branchen, zum sozial unverantwortlichen Unternehmer*innen-Handeln, zur CSR-Kommunikation und zum Einfluss von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen. Die zwei Studien, die ich ausschließlich der ideologiekritischen Forschungsperspektive zuordnete (Lee & Marquis, 2018; Petticrew et al., 2018) treten lediglich in den drei Diskurssträngen auf, die ich in der Tabelle 43 benenne.

Je nach Forschungsperspektive resultieren unterschiedliche CSR-Konzeptverständnisse. Somit handelt es sich um ein dynamisches Konzept, dass je nach Forschungsperspektive unterschiedlich konstruiert wird. In prototypischen funktionalistischen Forschungsfragen geht es zusammengefasst um die Messung von Korrelationen zwischen Operationalisierungen von CSR, Antezedenzen und/oder Effekten von CSR-Praktiken. In Anlehnung an Sieben (2007a,

S. 570) steht die (dys)funktionale Rolle von CSR im Fokus. Das Konzept wird aufgefasst als Managementinstrument, um beispielsweise die organisationale Leistung zu erhöhen, Legitimität zu erzeugen oder um Kritik abzuwenden.

Aus der interpretativen Forschungsperspektive betrachtet, handelt es sich um ein dynamisches und sozial konstruiertes Konzept (Gond et al., 2018). Im Fokus stehen soziale Handlungen (Gond et al., 2018) und Sensemaking-Prozesse von Manager*innen in der Implementierung von CSR-Maßnahmen (Richter & Arndt, 2018).

Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive werden Organisationen als politische Arenen aufgefasst (Sieben, 2007b, S. 108). CSR-Maßnahmen werden verstanden als das Resultat von interessensgetriebenen Aushandlungstaktiken verschiedener Akteur*innen (z.B. Mun & Jung, 2018). Forscher*innen zeigen aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive, dass in Organisationen CSR-Offenlegungstaktiken angewendet werden, um sozial unverantwortliches Unternehmer*innen-Handeln zu verschleiern (z.B. Petticrew et al., 2018).

Aus poststrukturalistischer Forschungsperspektive wird CSR verstanden als „discursive formation, (re)produced by discursive practices“ (Sieben, 2007a, S. 572). Vor diesem Hintergrund zeigen Wissenschaftler*innen, dass durch diskursive CSR-Praktiken Stimmen marginalisiert und vorherrschende Machtverhältnisse reproduziert werden (z.B. Lee & Parpart, 2018). Zusammenfassend handelt es sich bei CSR um eine diskursive Praktik. „Discursive practices embrace generally all kinds of texts and, at least in Foucauldian analysis, also other social practices, such as the application of research procedures or management techniques“ (Sieben, 2007a, S. 572).

Insgesamt ähneln diese Konzeptauffassungen denen von Gond und Matten (2007, S. 13), nach denen CSR je nach Sichtweise definiert wird als „social function“ (funktionalistisch), „cultural product“ (interpretativ), „power relationship“ (radikal strukturalistisch) sowie als „socio-cognitive construction“ (radikal humanistisch). Allerdings basieren Gonds und Mattens (2007) Konzeptualisierungen auf Burrells und Morgans Paradigmentypologie (1979), die auf einem isolationistischen Standpunkt basiert. Abgrenzend dazu zeigt meine Studie auf Basis des Kompasses der Managementforschung (Sieben, 2007a, b) die Flexibilität in und zwischen Forschungsperspektiven, die sich in multiperspektivischen Artikeln manifestiert. Beispielsweise geht es in interpretativ-ideologiekritischen Studien darum, kontextabhängige Phänomene mittels qualitativer Methoden zu verstehen und dabei machtgetriebene Aushandlungsprozesse offenzulegen (z.B. Tysiachniouk et al., 2018).

5 Diskussion

5.1 Limitationen der Analysen und mögliche Weiterungen

Sowohl die Anwendung bibliometrischer Methoden als auch die qualitative Inhaltsanalyse gehen mit Limitationen einher, die ich in der folgenden methodologischen Diskussion zusammenfasse. Wie ich in 4.1 darstelle, fungiert die qualitative Inhaltsanalyse aufgrund der im Folgenden dargestellten Grenzen bibliometrischer Methoden als ergänzende Feinanalyse meiner Arbeit. Da die qualitative Inhaltsanalyse ebenfalls mit Limitationen einhergeht, diskutiere ich Möglichkeiten weiterer empirischer Auswertungen, die im Rahmen künftiger Forschung an meine Analyseschritte anknüpfen.

Zunächst fasse ich die Limitationen der bibliometrischen Analyse zusammen. Bibliometrische Analysen basieren auf der Annahme, dass eine hohe Anzahl an Ko-Zitationen auf große inhaltliche Überschneidungen von Publikationen hindeuten. Jedoch ist zu beachten, dass Autor*innen in ihren Artikeln andere Publikationen nicht nur zur Bekräftigung der eigenen Argumente zitieren, sondern oftmals auch, um die dort vertretenen Positionen zu widerlegen. Somit werden gerade auch konträre Positionen zum Aufzeigen verschiedener Argumente gemeinsam zitiert (Clauß, 2013, S. 38; Pilkington & Meredith, 2009, S. 187). Das heißt, dass Ko-Zitationen nicht ausschließlich auf inhaltlichen Überschneidungen basieren. Beispielsweise werden Publikationen von Freeman (1984, 1994) als Vertreter*in des Stakeholder-Ansatzes gemeinsam zitiert mit Veröffentlichungen von Friedman (1962, 1970), der als Verfechter*in des gegenteiligen Shareholder-Ansatzes gilt. Diese konträren Positionen werden vor allem gemeinsam zitiert, um gegensätzliche Argumentationen gegenüberzustellen. Aufgrund der häufigen Ko-Zitationen gehören die Veröffentlichungen zu einer Sinnprovinz, in der die gesellschaftliche Rolle von Organisationen kontrovers diskutiert und konzeptualisiert wird. Zur Interpretation von Zitationsmustern und für das Verständnis der Schwerpunkte der Sinnprovinzen ist folglich eine qualitative Auseinandersetzung mit den einzelnen Publikationen erforderlich.

Daran anknüpfend bedarf es einer qualitativen Inhaltsanalyse, um einzelne Publikationen paradigmatisch auszuwerten. Durch bibliometrische Methoden lassen sich zwar thematische Sinnprovinzen identifizieren. Wie ich in 4.1 herausstelle, geben diese Themen allerdings noch keinen Aufschluss über die diskursiven Orientierungen einzelner Publikationen (vgl. ähnlich auch Kornau et al., 2020, S. 149). Erst durch eine ergänzende qualitative Inhaltsanalyse auf Basis des Managementkompasses von Sieben (2007b, S. 100 ff.) zeige ich, wie die identifizierten Themen der CSR-Forschung aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet

werden. Um vor allem Erkenntnisse politisierender Beiträge der funktionalistischen Mainstream-Forschung gegenüberstellen zu können, erhob ich Studien, die innerhalb eines Publikationsjahres veröffentlicht wurden. Dieses Vorgehen unterscheidet sich vom Ansatz der bibliometrischen Analyse, die auf den meistzitierten Publikationen der CSR-Forschung basiert (s. 3.2.1). Die Durchführung einer ergänzenden qualitativen Inhaltsanalyse ist daher vor allem wichtig, um Erkenntnisse von Beiträgen einbeziehen zu können, die nicht zu den meistzitierten Publikationen der CSR-Mainstream-Forschung gehören.

Limitationen treten ebenso bei der Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse auf, trotz der Mehrwerte der ergänzenden Feinanalyse (vgl. ähnlich auch Kornau et al., 2020, S. 166 f.). Zum einen führte ich zur Generierung der Datenbasis im Jahr 2019 eine Stichwortsuche im SSCI durch. Zwar handelt es sich dabei um die umfassendste Datenbank für Sozialwissenschaften (Ma, 2009, S. 256; Ma et al., 2012, S. 288), dennoch hätte eine Ausweitung der Stichwortsuche auf weitere Datenbanken wie EBSCO oder um weitere Suchbegriffe die Anzahl an auszuwertenden Artikeln vergrößert und somit die Ergebnisse der Analyse angereichert.

Zum anderen begrenzte ich meine Auswertung auf Artikel, die innerhalb eines Publikationsjahres (2018) veröffentlicht wurden. Eine Ausweitung der Datenbasis um weitere Publikationsjahre hätte zusätzliche Erkenntnisse liefern können: einerseits, um aktuelle Trends zu identifizieren und andererseits, um Muster aufzuzeigen, die rückblickend im Diskurs entstanden sind.

Allerdings bestehen die Grenzen der qualitativen Inhaltsanalyse gerade darin, eine große Datenmenge auszuwerten (Chae & Park, 2018, S. 3), zumal es sich nicht nur um eine Klassifizierung der Artikel nach bestimmten Kriterien handelt, sondern um eine tiefenanalytische Untersuchung der Forschungsperspektiven von 187 empirischen Studien. Eine Ausweitung meiner Analyse um Artikel einschließlich des Publikationsjahres 2025 hätte meine Datenbasis um über 3100 Publikationen erhöht. Diesbezüglich heben Kornau et al. (2020, S. 166 f.) in ihrer ähnlich angelegten IHRM-Forschungsfeldanalyse Folgendes hervor: „An enlargement of our dataset to include articles from over a longer time period might deliver further insights. However, this enlargement would have increased our results to an extent impossible to handle within a content analysis“.

Ausgehend von den methodischen Limitationen meiner qualitativen Inhaltsanalyse stellt sich die Frage, welchen Beitrag Methoden wie computergestützte Textanalysen leisten können, um große Datenmengen auszuwerten (Chae & Park, 2018, S. 3). Da die immer schnellere Generierung und Verbreitung von Daten kein CSR-spezifisches Phänomen ist (Hossfeld & Wolfs-

last, 2022, S. 59), gewinnen Methoden der Künstlichen Intelligenz (KI) als Teilgebiet der Informatik in vielen Disziplinen an Bedeutung – darunter auch in der Management- und Organisationsforschung (Woo et al., 2024). „Artificial intelligence (AI) refers to the use of algorithms and models enabling machines to perform tasks that normally require human intelligence“ (Theodosiou & Read, 2023, S. 287 – i.O.herv.). KI umfasst Machine-Learning-Ansätze, die sich in verschiedene Arten unterteilen lassen. Kategorisierungen gehen aus Barja-Martinez et al. (2021) und Theodosiou und Read (2023) hervor. Machine-Learning ist ein Teilbereich der KI, „that has evolved from pattern recognition to analyze the data structure and fit it into models that can be understood and replicated by users“ (Barja-Martinez et al., 2021, S. 3).

Unterscheiden lassen sich unter anderem Supervised- und Unsupervised-Machine-Learning-Ansätze. Für überwachtes maschinelles Lernen bedarf es eines bereits ausgewerteten Datensatzes. Auf der Basis können Vorhersagemodelle mit Algorithmen erstellt werden, um ausgehend vom Trainingsdatensatz weitere Daten zu klassifizieren (Chae & Park, 2018, S. 3). „[S]upervised machine learning is a method of text classification as it is used to code large numbers of text documents into predefined categories“ (Hossfeld & Wolflast, 2022, S. 65). Diese Methode wenden Hossfeld und Wolflast (2022) im Kontext der Organisationsforschung an und vergleichen sie mit einem sozialwissenschaftlichen Ansatz der Textklassifizierung.

Für unüberwachtes maschinelles Lernen wird kein Testdatensatz benötigt. Stattdessen werden mittels fortschrittlicher statistischer Verfahren nichtvorgefertigte Kategorien oder Themen aus Textdaten extrahiert (Chae & Park, 2018, S. 3). Wissenschaftler*innen nutzen diese Methode, um relevante Themen im CSR-Diskurs (Chae & Park, 2018) oder in der Ausrichtung bestimmter Zeitschriften (Brammer et al., 2022) zu identifizieren.

Abgrenzend zu diesen traditionellen Machine-Learning-Ansätzen gewinnen große Sprachmodelle wie die verschiedenen GPT-Versionen von OpenAI immer mehr an Bedeutung. Diese generativen KI-Systeme sind auf umfangreiche Datensätzen trainiert, um Texte, Bilder, Audios oder Videos zu erzeugen. Hierbei handelt es sich im Vergleich zu traditionellen Machine-Learning-Ansätzen um eine disruptivere Technologie (Theodosiou & Read, 2023, S. 288).

Anknüpfend an meine Analyseschritte stellt sich die Frage, ob KI-Methoden auch eingesetzt werden können, um – über eine Klassifizierung disjunkter Kategorien hinausgehend (Burrell & Morgan, 1979) – verschiedene diskursive Orientierungen von CSR-Studien nach Sieben (2007a, b) zu analysieren. Sollte dies der Fall sein, ließen sich auch große CSR-Datensätze

paradigmatisch auswerten. Daher untersuche ich diese Frage in einem interdisziplinären Team im Rahmen einer noch nicht veröffentlichten Studie (Frerichs & Dirks, in Vorbereitung).

Die von mir qualitativ ausgewerteten CSR-Publikationen fungieren als Trainingsdatensatz eines daran getesteten Supervised-Machine-Learning-Modells. Da an einem solchen Modell jedoch kritisiert wird, dass dies nicht ohne Trainingsdatensatz angewendet werden kann, möchte ich ebenfalls diskutieren, welche Ergebnisse mit einem großen Sprachmodell erzielt werden können, für das kein Trainingsdatensatz benötigt wird und das sich durch eine intuitive Anwendbarkeit auszeichnet. Und zwar zeigt sich durch den Vergleich der von mir ausgewerteten Daten mit den durch die Modelle erzeugten Ergebnissen die Güte der Ansätze. Für den Vergleich wurden als Metriken unter anderem der F1-Score und Matthews-Korrelationskoeffizient verwendet. Bei beiden Metriken bedeutet ein Wert von „eins“, dass die Ergebnisse des Modells exakt mit meiner Klassifizierung übereinstimmen. Hingegen weist ein Wert von „null“ auf eine Zufallsverteilung hin und sagt aus, dass die Ergebnisse der paradigmatischen Auswertung nicht durch das Modell vorhergesagt werden können (Chicco et al., 2021). In Bezug auf den klassischen Machine-Learning-Ansatz betragen die Werte der Metriken für die Kodierung der Forschungsperspektiven gerundet 1 (F1-Score) und 0,99 (Matthews Korrelationskoeffizient). Bei der Analyse der Forschungsthemen weisen die Metriken einen Wert von 0,92 (F1-Score) und 0,91 (Matthews Korrelationskoeffizient) auf. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass ich die Forschungsperspektiven sowie die Themen der Artikel weitgehend konsistent auswertete. Somit kann ein Supervised-Machine-Learning-Modell als Prüfsystem eingesetzt werden, gerade wenn Artikel nicht wie bei Kornau et al. (2020, S. 154) zur Erfüllung der Inter-coder-Reliabilität (Scott, 1955) von mehreren Wissenschaftler*innen ausgewertet wurden.

Außerdem bedeutet eine hohe Übereinstimmung, dass das Modell unterstützend angewendet werden kann, um eine Vielzahl weiterer CSR-Artikel auszuwerten. Folglich lassen sich damit aktuelle Trends der CSR-Forschung identifizieren, die ich in 5.4 diskutiere. Supervised-Machine-Learning-Modelle können somit auf Basis eines Trainingsdatensatzes zur Klassifizierung großer Datenmengen angewendet werden, um daraufhin spezifische Forschungsfragen mittels qualitativer Methoden tiefenanalytisch auszuwerten. Dennoch ist im Rahmen einer kritischen Reflektion zu beachten, dass für die Anwendung ein spezifisches Fachwissen benötigt wird, welches in der Organisationsforschung nicht vorausgesetzt werden kann.

Große Sprachmodelle können stattdessen intuitiver und ohne Trainingsdatensatz genutzt werden. Jedoch weisen die Metriken auf eine geringere Übereinstimmung zwischen der Klassifizierung durch GPT-4.1 Mini und der von mir durchgeführten paradigmatischen

Analyse hin als beim Supervised-Machine-Learning-Modell. Dies zeigt, dass große Sprachmodelle mit fortschreitender Entwicklung zwar als Unterstützung bei der paradigmatischen Auswertung von Artikeln genutzt werden können, jedoch ohne die Expertise des Forschenden zu ersetzen (Frerichs & Dirks, in Vorbereitung). So zeigt sich anhand der Analyse von politisierenden Artikeln, die sowohl Elemente der poststrukturalistischen als auch der ideologiekritischen Forschungsperspektive enthalten (z.B. Ban, 2018), dass es die analytischen Fähigkeiten eines Menschen bedarf, der in der Lage ist, Studien ganzheitlich zu erfassen und gemäß der Forschungsintentionen paradigmatisch auszuwerten. Auch wenn Ban (2018) eine kritische Diskursanalyse nach Fairclough (1993, 2009, 2013) durchführt, ordnete ich die Studie aufgrund der Forschungsintention der poststrukturalistischen Forschungsperspektive zu, während der Artikel durch GPT-4.1 Mini als poststrukturalistisch-ideologiekritisch-interpretativ bewertet wurde. Ein weiteres Beispiel ist die Studie von Hoffmann (2018), in der poststrukturalistische Argumente von ideologiekritischen und managementorientierten abgegrenzt werden. Während der Aufsatz durch GPT-4.1 Mini ebenfalls als poststrukturalistisch-ideologiekritisch-interpretativ eingeschätzt wurde, erkenne ich als geschulte Forscherin, dass Hoffmann (2018) der poststrukturalistischen Perspektive den Vorzug gibt.

5.2 Epistemologische Reflektion der Limitationen

In diesem Abschnitt stelle ich aus epistemologischer Perspektive heraus, weshalb es der Erreichung meines Forschungszieles nicht entgegensteht, dass ich lediglich Studien eines Publikationsjahres auswertete. Dafür ist hervorzuheben, dass mein Ziel gerade nicht darin besteht, das CSR-Forschungsfeld ganzheitlich zu repräsentieren. Aus funktionalistischer Perspektive besteht die Intention vieler Reviews darin, Forschungsfelder objektiv und wahrheitsgemäß darzustellen. Diese Zielsetzung basiert auf der folgenden positivistischen Annahme: „[S]cholars, thanks to specific techniques, can review ‘objectively,’ and ‘systematically’ a literature that is ‘external’ to them“ (Gond et al., 2023, S. 212).

In Anlehnung an Gond et al. (2023) und Wenzel und Will (2019) gehe ich aus poststrukturalistischer Perspektive davon aus, dass Autor*innen von Studien und Reviews durch diskursive Forschungspraktiken den Diskurs selbst konstituieren. „[R]eviews perform fields’ boundaries, categories, and priorities in a self-sustaining manner“ (Gond et al., 2023, S. 213). Folglich sollte die Intention nicht darin bestehen, das Feld zu repräsentieren. Stattdessen ist die Generierung neuer Erkenntnisse bedeutsam, die wiederum den Diskurs mitprägen und verändern. In Anlehnung an die von Gond et al. (2023) hergeleiteten Empfehlungen wird anhand

meiner Analyse deutlich, welche Implikationen sich daraus ergeben, anzunehmen, dass Forschungsfelder durch Forschungspraktiken nicht repräsentiert, sondern konstituiert werden. Forschungsfragen sollten dazu dienen, neue Erkenntnisse für das Forschungsfeld zu generieren, die über eine bloße Beschreibung der Literatur hinausgehen. Dementsprechend verfolge ich nicht nur das Ziel, verschiedene Sinnprovinzen der CSR-Literatur zu identifizieren. Darüber hinaus stelle ich gegenüber, wie die Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven betrachtet werden und wie das CSR-Konstrukt aus verschiedenen Forschungsperspektiven konstituiert wird. Somit habe ich neue Erkenntnisse generiert, die den CSR-Diskurs anreichern.

Im Hinblick auf die Datengenerierung ist aus poststrukturalistischer Perspektive zu beachten, dass Forschende je nach gewählten Suchbegriffen und in Abhängigkeit des Einbezugs und des Ausschlusses von Artikeln, die Grenzen des Forschungsfeldes selbst setzen (Gond et al., 2023, S. 114 f.). Diesbezüglich stelle ich in 5.1 heraus, dass eine Ausweitung meiner Datenbasis durch weitere Suchbegriffe und dem Einbezug weiterer Publikationsjahre zu zusätzlichen Erkenntnissen hätte führen können. Dem steht jedoch entgegen, dass es in meiner Arbeit gerade nicht darum geht, das CSR-Forschungsfeld ganzheitlich zu repräsentieren. Stattdessen betrachte ich den Mehrwert der bibliometrischen Analyse darin, mich im Forschungsfeld zu orientieren, um daraufhin durch eine tiefenanalytische Betrachtung exemplarischer Studien, den Beitrag verschiedener Forschungsperspektiven im CSR-Diskurs herausstellen zu können. Bezüglich der multiperspektivischen Datenauswertung und Ergebnispräsentation gehe ich wie Gond et al. (2023) davon aus, dass meine Arbeit sowohl die Sichtweise auf zusammenfassende Literaturanalysen beeinflusst, als auch den künftigen CSR-Diskurs prägt. Zwar wendete ich aus funktionalistischer Forschungsperspektive bibliometrische Methoden an und folgte dabei „existing conventions for systematic reviewing“ (Gond et al., 2023, S. 216). Dennoch reflektiere ich aus poststrukturalistischer Perspektive, dass ein Diskurs durch Forschungspraktiken nicht repräsentiert, sondern vielmehr konstituiert wird und dass durch die Art der Datenerhebung, Datenanalyse und Ergebnispräsentation die Grenzen eines Diskurses und die Sichtweise darauf selbst gesetzt werden.

Dies zeigt sich nicht nur mit Blick auf die bibliometrische Studie. Auch aus der Ergebnisdarstellung der qualitativen Inhaltsanalyse gehen Anzahlen und Anteile von Themen und Forschungsperspektiven hervor, die nicht nur abhängig sind von meiner subjektiven Interpretation des Datenmaterials, sondern auch von den Suchbegriffen, wodurch ich den Datensatz erst festlegte. Somit fasse ich die Ergebnisdarstellung, inklusive der Angabe von Anzahlen und Anteilen, auf als „dual movement of re-presenting and intervening“ (Gond et al., 2023, S.

197). Demnach wird eine Darstellung der Literatur konstruiert und dadurch in die Forschung interveniert. Sowohl quantitative als auch qualitative Reviews können somit nicht als Repräsentationen von Forschungsfeldern angesehen werden. Während Gond et al. (2023, S. 216) diese stattdessen als „partial maps“ ansehen, beschreibe ich sie als performative Forschungspraktiken, die wie ein Kompass im „wuchernden Diskurs“ (Sieben, 2007b, S. 329) Orientierung geben und für den Kurs der weiteren Forschung wegweisend sind.

Vor dem Hintergrund, dass in einem Diskurs durch kommunikative Forschungspraktiken die weitere Forschung beeinflusst wird, besteht mein Beitrag für die CSR-Forschung vor allem darin, die Bedeutung von unterrepräsentierten, politisierenden Studien hervorzuheben. Deshalb untersuchte ich im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse in Abgrenzung zu Wenzel und Will (2019, S. 520) nicht die meistzitierten Publikationen. Stattdessen zog ich Artikel unabhängig von der Zitationsanzahl in die Analyse mit ein, die über den Zeitraum eines Jahres veröffentlicht wurden. Somit kann ich Erkenntnisse von Artikeln berücksichtigen, die nicht zu der meistzitierten Mainstream-Forschung gehören. Dadurch kann ich Studien mit politikorientierten Forschungsperspektiven den Ausrichtungen von Artikeln mit erhaltenden Forschungszielen gegenüberstellen. Somit lenke ich den Blick auf marginalisierte Stimmen, die in der funktionalistisch geprägten CSR-Mainstream-Forschung lange Zeit unberücksichtigt geblieben sind (Rupp et al., 2024, S.12).

5.3 Der Beitrag meiner multiperspektivischen Analyse

Nach der Herausstellung der Limitationen meiner Arbeit und der epistemologischen Reflexion, stelle ich im Folgenden den Mehrwert meiner multiperspektivischen Studie heraus, der sich vor allem aus der Kombination der beiden Analyseschritte ergibt. Vor diesem Hintergrund führe ich die Erkenntnisse aus den zwei Analyseverfahren zusammen und ordne diese in den übergreifenden Kontext der CSR-Forschung ein.

Gerade mit Blick auf theoretische Ansätze, die den übergeordneten CSR-Diskurs betreffen, können die Ergebnisse der bibliometrischen Studie Erkenntnisse vorheriger Analysen sowohl bestätigen als auch erweitern. Im Beitrag von Frynas und Yamahaki (2016), welche die Anwendung von Theorien im CSR-Forschungsfeld zwischen 1990 und 2014 untersuchen, werden die Stakeholder-Theorie (Freeman, 1984) und institutionelle Ansätze (z.B. Meyer & Rowan, 1977; DiMaggio & Powell, 1983) als relevanteste Theorien des Forschungsfeldes herausgestellt; gefolgt von der Legitimacy-Theorie (Suchman, 1995), der Agency-Theorie (z.B. Jensen & Meckling, 1976) und dem Resource-based-View (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). „The survey demonstrates that the CSR literature is largely dominated by the stake-

holder and institutional perspectives“ (Frynas & Yamahaki, 2016, S. 262). Dies bestätigt die bibliometrische Studie meiner Arbeit. Daraus geht sowohl die Bedeutung der Stakeholder-orientierten Forschungsbeiträge hervor als auch die Relevanz der Studien, in denen CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen untersucht werden. Die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse bestätigen ebenfalls den hohen Anteil an Studien, die auf der Stakeholder-, der Institutionen- und der Legitimationstheorie basieren. Diese werden, bis auf in Studien mit poststrukturalistischer Forschungsperspektive, in Artikeln aller anderen Forschungsperspektiven angewendet. Häufig werden diese entsprechend den Ergebnissen von Frynas und Yamahaki (2016, S. 272) in Artikeln kombiniert.

Mittels der Anwendung bibliometrischer Methoden wird ebenfalls die Bedeutung des Resource-based-Views (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984) und des daraus entwickelten Natural-Resource-based-Views (Hart, 1995) für die CSR-Forschung erkennbar, was ebenfalls die Ergebnisse von Frynas und Yamahaki (2016) bestätigt. Diese theoretischen Ansätze kommen vor allem in der Sinnprovinz vor, in der CSR-Praktiken als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile analysiert werden.

Darüber hinaus identifiziere ich weitere theoretische Ansätze, insbesondere in Studien, in denen die Auswirkungen von CSR-Praktiken auf Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Stakeholder-Gruppen untersucht werden. Beispiele sind die Social-Exchange-Theorie (Blau, 1964), der Organizational-Justice-Framework (z.B. Rupp et al., 2006) sowie Theorien der sozialen und organisationalen Identität (z.B. Ashforth & Mael, 1989). Meine Ergebnisse zeigen, dass die Attributionentheorie (z.B. Kelley, 1973) vor allem in Studien angewendet wird, in denen es vor dem Hintergrund einer steigenden Verbraucher*innen-Skepsis darum geht, dass Kund*innen CSR-Initiativen unterschiedliche Motive zuschreiben und diese daher unterschiedlich bewerten (Forehand & Grier, 2003; Skarmeas & Leonidou, 2013; Yoon et al., 2006).

Studien mit poststrukturalistischer Forschungsperspektive, die ich durch die Inhaltsanalyse identifiziere, bereichern die Diskursstränge durch die Anwendung von Theorien, die in systematischen Analysen des CSR-Diskurses bislang noch nicht herausgestellt werden. Dies inkludiert feministische Theorien (z.B. Cixous, 1976, 1981) sowie die CCO-Perspektive (Cooren, 2010). Damit ergänzen die Ergebnisse meiner Arbeit frühere Erkenntnisse zu vorhandenen Theorien im CSR-Forschungsfeld (Frynas & Yamahaki, 2016).

In der Reflektion der bibliometrischen Analyse im Abschnitt 3.3.4 benenne ich theoretische Ansätze, die bislang in den meistzitierten Publikationen der CSR-Forschung noch nicht hinreichend berücksichtigt werden. Ausgehend von den herausgestellten Lücken der biblio-

metrischen Analyse fasse ich in der Tabelle 6 unterrepräsentierte Forschungsschwerpunkte und bereichernde Ansätze zusammen. Die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse zeigen, dass diese Aspekte in der CSR-Forschung durchaus schon in weniger häufig zitierten Studien beleuchtet werden. Bei der Tabelle 44 handelt es sich daher um eine Erweiterung der Tabelle 6. Darin benenne ich Studien meines Datensatzes aus 2018 beispielhaft, in denen die unterrepräsentierten Forschungsschwerpunkte und Ansätze bereits berücksichtigt werden.

In 3.3.4 stelle ich heraus, dass negative Auswirkungen von unternehmerischem Fehlverhalten in den meistzitierten mitarbeiterbezogenen Publikationen nicht betrachtet werden. Durch die qualitative Inhaltsanalyse wird deutlich, dass diese Aspekte im Forschungsfeld bereits diskutiert werden, auch wenn solche Artikel noch nicht zum Kern der CSR-Literatur gehören. Beispielsweise wird die Marginalisierung von Frauen im Arbeitskontext durch die Anwendung feministischer Theorien aufgedeckt (z.B. Lauwo, 2018). Außerdem werden die Institutional-Work-Perspektive (z.B. Lawrence & Suddaby, 2006) und der Strategy-as-Practice-Ansatz (z.B. Whittington et al., 2006) angewendet, um zu zeigen, wie Mitarbeitende CSR-Initiativen gestalten und organisationalen Wandel erzeugen (z.B. Gond et al., 2018). Frynas und Yamahaki (2016) schlussfolgern, dass mehr Studien durchgeführt werden sollten, die erklären, wie Akteur*innen CSR-Praktiken auf der Mikroebene beeinflussen. Noch im Jahre 2016 wurde dies als Forschungslücke identifiziert, was das folgende Zitat verdeutlicht: „[W]ith the exception of agency theory applications – the most popular theory-informed studies largely ignore the significance of individuals in shaping CSR“ (Frynas & Yamahaki, 2016, S. 274). Aus den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse geht hervor, dass dies in der CSR-Literatur bereits berücksichtigt wird.

In der Forschung über die Korrelation zwischen CSR und CFP kommen zur Überprüfung des Business Cases ebenfalls der Strategy-as-Practice-Approach und die Sensemaking-Theorie vor. So analysiert Khan (2018), wie Kognitionen von Manager*innen zur Erhöhung der organisationalen Leistung die CSR-Strategie-Implementierung vorantreiben.

Aus der Studie von Hoffmann (2018) geht hervor, wie der CSR Business Case abgrenzend zur funktionalistischen und zur ideologiekritischen Forschungsperspektive poststrukturalistisch beleuchtet wird. In dem Artikel wird eine alternative Sichtweise vertreten, die sich abhebt von der funktionalistischen CSR-Forschung, in der Konflikte zwischen ethischen und ökonomischen Zielen harmonisiert werden. Gemäß Hoffmann (2018) leugnen Forscher*innen in der funktionalistisch geprägten, managementorientierten CSR-Forschung die

Tabelle 44 Anwendungsbeispiele für zukunftsfähige Richtungen der CSR-Forschung

Thematische Sinnprovinz	Fokus	Unterrepräsentierte Forschungsrichtungen	Bereichernde theoretische Ansätze	Anwendungsbeispiele
CSR-Praktiken und Mitarbeiter*innen	Analyse von Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Mitarbeitenden	Analyse der Auswirkungen von unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln auf Mitarbeitende, prozessorientierte Analysen des Einflusses von Mitarbeitenden im CSR-Implementierungsprozess	Strategy-as-Practice-Ansatz, Sensemaking-Theorie, Institutional-Work-Perspektive, Employee-Voice-Ansatz	Acquier et al. (2018), Gond et al. (2018), Lauwo (2018), Lee & Parpart (2018), Poonamallee & Joy (2018)
Korrelation zwischen CSR und CFP	Analyse von Korrelationen zwischen sozialen und finanziellen Leistungsgrößen	Aufdecken von Paradoxien zwischen ökonomischen und ethischen Zielen	Diskurstheoretische Ansätze zu organisationalen Paradoxien	Hoffmann (2018)
(Umweltbezogene) CSR-Praktiken als Quelle von Wettbewerbsvorteilen	Analyse der Korrelationen zwischen (umweltbezogenen) CSR-Praktiken, Ressourcen, Fähigkeiten und nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen von Organisationen	Analyse von sozialen Leistungsgrößen	Social-Resource-based-View	Tate & Bals (2018)
CSR-Konzeptualisierungen	Herleitung von CSR-Dimensionen und CSP-Modellen zur Beschreibung der sozialen Verantwortung und politischen Rolle von Organisationen	Durchführung von empirischen Analysen zur politischen Rolle von Organisationen, Vergleich von CSR-Initiativen, die auf Basis verschiedener CSR-Konzeptualisierungen und verwandter Konzepte umgesetzt werden	Weitere politische CSR-Konzeptualisierungen auf Basis demokratischer Prinzipien	Donaghey & Reinecke (2018)
CSR-Praktiken und Kund*innen	Analyse von Korrelationen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensvariablen von Kund*innen	Analyse der Auswirkungen von unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln auf Kund*innen, Analyse von Kund*innen als Treiber des sozialen Wandels	Kritische Theorien	-
Skepsis von Kund*innen gegenüber CSR-Praktiken	Herleitung von Strategien zur Abmilderung negativer Folgen einer zunehmenden Verbraucher*innen-Skepsis	Aufdecken von Greenwashing-Taktiken, vor allem in kontroversen Industrien	Kritische Theorien	Petticrew et al. (2018)
CSR-Praktiken im Kontext institutioneller Rahmenbedingungen	Analyse des Einflusses institutioneller Faktoren auf die CSR-Implementierung, vor allem in westlichen Industriestaaten	Analyse von CSR-Praktiken in Entwicklungs-, Schwellen-, Transformations- und postkolonialen Ländern	Kritische Theorien, wie feministische und postkoloniale Ansätze	Campbell & Kim (2018), Idemudia (2018), MacKenzie (2018)

(Übersetzt und überarbeitet nach Frerichs & Teichert, 2023, S. 250 f.)

Paradoxie zwischen ethischen und ökonomischen Zielen. „The main purpose of managerial CSR research is to deny a paradoxical tension between the ethical case and the business case for CSR [...]: what is good for society is also good for the company“ (Hoffmann, 2018, S. 675). Diese Sichtweise ist vor allem im Creating-Shared-Value-Ansatz inhärent, der seit der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts die CSR-Forschung prägt (s. 2.1.2). Gerade diese Harmonisierung in der managementorientierten CSR-Forschung wird aus einer politikorientierten Perspektive kritisiert. Roberts (2001, S. 124) bezeichnet dies als „the fullest expression of corporate egoism – a demand that the corporation and its agents be seen as both powerful and good“. Auch das folgende Zitat verdeutlicht die Kritik an einer instrumentellen CSR-Perspektive, in der ethische Zwecke ökonomischen Zielen dienen: „The moment one calculates the personal advantage of a gift, there is no giving but economy“ (Jones, 2003, S. 235). Forscher*innen ideologiekritischer Studien gehen davon aus, dass in der Unternehmenspraxis häufig ökonomische Ziele zulasten ethischer priorisiert werden (Bjerregard & Luring, 2013). Im Gegensatz dazu stellt Hoffmann (2018) aus einer poststrukturalistischen Perspektive heraus, wie die Paradoxie zwischen dem Business Case und dem Ethical Case durch kommunikative Praktiken konstituiert und geleugnet werden (s. 4.3.7). Insgesamt bedarf es mehr Studien, in denen der Business Case politikorientiert untersucht wird – gerade als alternative Sichtweise zum aufkommenden Creating-Shared-Value-Ansatz, der entgegen der Achtung möglicher Paradoxien auf einer starken Verknüpfung sozialer und strategischer Ziele basiert (Carroll & Brown, 2018, S. 53).

Studien, in denen CSR-Praktiken als Quelle nachhaltiger Wettbewerbsvorteile angesehen werden, basieren, wie ich in 3.3.2 zeige, vor allem auf dem Resource-based-View (Barney, 1991, Wernerfelt, 1984) und dem Natural-Resource-based-View (Hart, 1995). Durch die qualitative Auswertung der Artikel aus 2018 wird deutlich, dass der Social-Resource-based-View als theoretische Weiterung entwickelt wurde (Tate & Bals, 2018). Während die Konzeptualisierung der sozialen CSR-Dimension im Modell von Carroll (1991) auf dem Stakeholder-Ansatz beruht (s. 2.1.1), betonen Tate und Bals (2018) 27 Jahre später, dass diese Dimension im Vergleich zur ökonomischen und zur ökologischen Dimension noch immer zu wenig konkretisiert wird. Gemäß dem Social-Resource-based-View bestünde die Zielsetzung unternehmerischen Handelns darin, ökonomischen Erfolg sicherzustellen, die Umwelt positiv zu beeinflussen und einen sozialen Nutzen zu erzielen, „that leave the local community in a better position than without the business“ (Tate & Bals, 2018, S. 803). In der Studie geht es zwar um die Erhaltung der Funktionsfähigkeit der sozialen Ordnung, dennoch werden zugunsten der Gemeinschaft neben ökonomischen und ökologischen Zielen vor allem auch

soziale Ziele betrachtet. Somit handelt es sich beim Social-Resource-based-View um einen Ansatz, der die Forschung bereichert, gerade vor dem Hintergrund, dass bestimmte soziale Gruppen, welche die eigentlichen Nutznießer von CSR-Initiativen sein sollten, in der Literatur noch immer nicht hinreichend berücksichtigt werden.

„Scant management research has been conducted on the relationship between CSR and societal stakeholders [...]. Thus, despite Aguilera and colleagues' (2007) call to put the S back in CSR, over 15 years later many social actors or recipients are mainly absent from the CSR literature” (Rupp et al. 2024, S. 12 – Herv.i.O.).

In 3.3.3 geht die wachsende Bedeutung politischer CSR-Konzeptualisierungen (z.B. Ehrnström-Fuentes, 2016; Scherer, 2018; Scherer et al., 2016) hervor (Kudlak et al., 2018), die zum Zeitpunkt meiner bibliometrischen Analyse zwar in der Peripherie vorkamen, aber noch nicht zum Kern der CSR-Forschung gehörten (s. 3.3.2). Während im letzten Jahrhundert vor allem funktionalistische CSR-Modelle die Forschung prägten (Carroll, 1979, 1991; Wood, 1991) (s. 2.1.1), steigt die Relevanz von CSR-Konzeptualisierungen, die auf demokratischen Prinzipien basieren und die im Artikel von Scherer und Palazzo (2007, S. 1113) der postpositivistischen Forschung zugeordnet sind. Durch die qualitative Inhaltsanalyse identifizierte ich einen multiperspektivischen Artikel (Donaghey & Reinecke, 2018), in dem Grenzen des CSR-Konzepts offengelegt und die Vorzüge des Industrial-Democracy-Konstrukts herausgestellt werden. Dies zeichnet sich im Vergleich zu CSR-Konzeptionen durch den Fokus auf eine starke Arbeitnehmer*innen-Beteiligung aus. „Its core principle is the need for the democratic participation of worker representatives in the governance of labour conditions“ (Donaghey & Reinecke, 2018, S. 16). Interessenkonflikte zwischen Arbeitnehmer*innen und Unternehmer*innen werden berücksichtigt, wohingegen Konflikte in funktionalistisch orientierten CSR-Konzeptionen unbeachtet bleiben. Folglich bilden Forschungspraktiken, welche die Verbreitung des Industrial-Democracy-Konzepts fördern, eine Gegenbewegung zum derzeitigen Diskurs, der vor allem durch die Vermarktung des managementorientierten Creating-Shared-Value-Konzepts geprägt ist (Carroll, 2015, S. 95) (s. 2.1.2).

Publikationen, in denen Wirkungsbeziehungen zwischen CSR-Praktiken und Einstellungs- und Verhaltensgrößen von Kund*innen untersucht werden, sind hauptsächlich funktionalistisch. Mittels bibliometrischer Methoden identifizierte ich in der Peripherie des CSR-Forschungsfeldes eine Sinnprovinz über die zunehmende Verbraucher*innen-Skepsis. Diese ist durch managementorientierte Studien geprägt. In den meistzitierten Publikationen der CSR-Forschung sind politikorientierte Perspektiven auf Greenwashing-Taktiken unterrepräsentiert. Die qualitative Auswertung zeigt, dass Greenwashing und unverantwortliches Unter-

nehmer*innen-Handeln durchaus aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden und dass in diesem Diskursstrang der Anteil politisierender Studien verhältnismäßig hoch ist. Aus der ideologiekritischen Perspektive werden CSR-Reporting-Strategien aufgedeckt, mit denen Verbraucher*innen gerade in umstrittenen Branchen getäuscht werden (Petticrew et al., 2018). Also zielen Wissenschaftler*innen aus der ideologiekritischen Perspektive darauf ab, Diskrepanzen zwischen kommunizierten und umgesetzten CSR-Maßnahmen aufzudecken. Sie stellen heraus, dass das CSR-Konzept eine bloße Fassade ist, „that serves a strategic purpose of mollifying public concerns“ (Slack, 2012, S. 179). CSR ist ein kapitalistisches Instrument, das Unternehmer*innen Vorteile verschafft, indem es ihnen ermöglicht, als legitim zu gelten und neue Märkte zu erschließen (Hanlon, 2008, S. 169). Auch Roberts (2001, S. 123) kritisiert das unternehmerische Bestreben, als ethisch zu gelten – was sich davon abgrenzt, tatsächlich für etwas verantwortlich zu sein.

Poststrukturalistische Ansätze bieten eine alternative Sichtweise auf Greenwashing, da darin anders als in der funktionalistischen und in der ideologiekritischen Forschungsperspektive nicht zwischen kommunizierten und umgesetzten CSR-Praktiken unterschieden wird. Deutlich wird, dass sich das Ausmaß von Greenwashing-Taktiken aus einer CCO-Perspektive gar nicht messen ließe, da kommunikative Praktiken immer subjektiv seien (Hoffmann, 2018). Anstatt kommunizierte mit tatsächlich umgesetzten CSR-Maßnahmen zu vergleichen, sollten unternehmerische diskursive Praktiken den Erzählungen marginalisierter Stakeholder gegenübergestellt werden.

Mit Blick auf institutionelle Fragestellungen ist zu betonen, dass CSR ein westlich geprägtes Konstrukt ist, welches im 20. Jahrhundert vor allem in den USA entwickelt wurde, auch wenn die Ursprünge bis zur industriellen Revolution reichen (Husted, 2015) (s. 2.1.1). Seit den 1990er Jahren hat sich mit zunehmender Internationalisierung der CSR-Diskurs in Forschung und Praxis verbreitet (Carroll, 2015). Trotz der Verbreitung stellt Visser (2008) in der ersten Dekade des 21. Jahrhunderts fest, dass institutionelle Studien zu CSR-Aspekten im Kontext von Entwicklungsländern noch immer unterrepräsentiert seien.

„CSR in developing countries is a rich and fascinating area of enquiry, which is becoming ever more important in CSR theory and practice. And since it is profoundly under-researched, it also represents a tremendous opportunity for improving our knowledge and understanding about CSR“ (Visser, 2008, S. 494).

Die qualitative Analyse von Artikeln, die 10 Jahre später veröffentlicht wurden, zeigt den relativ hohen Anteil von Studien, die CSR-Aspekte in Entwicklungs- und Schwellenländern beleuchten. Dies bestätigt Trends, die auch in anderen Forschungsfeldern wie der IHRM-

Literatur aufgezeigt werden (Kornau et al., 2020, S. 164 f.). Auch diese Entwicklung geht aus den Ergebnissen der bibliometrischen Analyse nicht hervor, denn in den meistzitierten Publikationen werden CSR-Aspekte überwiegend in Industriestatten verglichen (z.B. Doh & Guay, 2006; Jackson & Apostolakou, 2010). Durch die qualitative Inhaltsanalyse wird deutlich, dass insbesondere Studien, die ich als ideologiekritisch-interpretativ kodierte, dieses Thema bereichern, da darin Grenzen und negative Auswirkungen unternehmerischer CSR-Initiativen in Entwicklungsländern, Konfliktzonen und illiberalen Kontexten nachvollzogen und offengelegt werden (z.B. Idemudia, 2018; MacKenzie, 2018). Insgesamt wird die Marginalisierung von Stakeholdern in Länderkontexten mit problematischen Arbeits- und Lebensbedingungen aufgedeckt. Deutlich wird, dass humanitäre Ziele von Entwicklungs- und CSR-Vorhaben verfehlt werden. Häufig bleiben marginalisierte Stimmen unberücksichtigt und werden insbesondere durch poststrukturalistische Studien – zum Beispiel durch Forschungspraktiken der institutionellen Ethnographie (Smith, 2005) – beleuchtet und hervorgehoben (Campbell & Kim, 2018). Anstatt Entwicklungsbeziehungen zwischen Institutionen und Stakeholdern zu theoretisieren, wird gezeigt, „what can be learned about the social relations of development beginning from the experiences of local subjects“ (Campbell & Kim, 2018, S. 1).

Insgesamt beleuchte ich mittels der qualitativen Inhaltsanalyse Themen, die Carroll (2021, S. 16 f.) ebenfalls als zukunftsweise Schwerpunkte hervorhebt. Dazu gehören die Analyse von CSR-Aspekten in Sozialunternehmen und in Lieferketten, die Betrachtung von sozial unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln (CSIR) sowie die Integration von Menschenrechtsansätzen in CSR-Konzeptionen. Anhand der herausgestellten Anwendungsbeispiele wird deutlich, dass vor allem politikorientierte Forschungsperspektiven zukunftsweisend für die weitere Forschung sind, gerade um den Blick auf marginalisierte Stimmen zu lenken, die in der jahrzehntelangen CSR-Forschung unberücksichtigt geblieben sind (Rupp et al., 2024, S.12).

5.4 Reflektion von Trends und aktuellen politikorientierten Studien

Im letzten Abschnitt dieses Kapitels diskutiere ich Trends in der CSR-Forschung und beleuchte aktuelle Studien mit politikorientierten Forschungsperspektiven. Aus den Ergebnissen der bibliometrischen Analyse geht hervor, wie häufig die thematischen Sinnprovinzen zwischen 2006 und 2020 verhältnismäßig zitiert werden (s. 3.3.3). Deutlich wird, dass vor allem Studien mit Bezug zu Mitarbeiter*innen an Bedeutung gewinnen. Trends lassen sich jedoch nicht nur durch die bibliometrische Analyse, sondern auch auf Basis des Supervised-Machine-Learning-Modells (Frerichs & Dirks, in Vorbereitung) erkennen, auf das ich im Abschnitt 5.1

eingehen. Durch die Anwendung dieses Modells auf Artikel³², die zwischen 2019 und 2024 veröffentlicht wurden, lassen sich aktuelle Entwicklungen als Ausblick berücksichtigen.

In dieser jüngeren explorativen Analyse zeigt sich, dass mitarbeiterorientierte Studien den aktuellen CSR-Diskurs prägen. Darin werden Fragestellungen noch immer überwiegend funktionalistisch erforscht. Nach wie vor wird darin untersucht, wie CSR-Initiativen Variablen wie das Engagement, die Leistung, die Zufriedenheit und das Commitment von Mitarbeitenden beeinflussen (z.B. Ali et al., 2020; Chatzopoulou et al., 2022). Außerdem wird untersucht, wie durch CSR-Praktiken unerwünschtes Arbeitnehmer*innen-Verhalten reduziert werden kann (z.B. Ranjan & Dash, 2024). Die qualitative Inhaltsanalyse von Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive aus 2018 zeigt ebenfalls, dass CSR-Maßnahmen nicht nur positive Einstellungen und Verhaltensweisen von Mitarbeitenden begünstigen, sondern ebenfalls negative reduzieren (s. 4.3.3). Somit spiegeln aktuellere Publikationen dieselben Erkenntnisse wider, die ich durch die qualitative Inhaltsanalyse von empirischen Studien eines Publikationsjahres gewann.

Aus der qualitativen Inhaltsanalyse geht ebenfalls der hohe Anteil von Studien hervor, in denen CSR-Aspekte ländervergleichend, mit Fokus auf Entwicklungs- und Schwellenländern oder in östlich-kulturellen Kontexten untersucht werden (s. 4.3.5). Dieser Trend hält auch in der aktuellen CSR-Forschung an, denn auch in neueren Studien werden CSR-Aspekte ländervergleichend (z.B. Xiao et al., 2024) oder in spezifischen Kontexten untersucht (z.B. Al-Mamun & Seamer, 2021).

Es zeigt sich, dass Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive weiterhin in den meisten Diskurslinien überwiegen. Wie ich auch im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse zeige, sind Implementierungsstudien hingegen überwiegend interpretativ (z.B. Hunoldt et al., 2020).

Im Folgenden gehe ich näher auf die Themen ein, die in Studien mit politikorientierten Forschungsperspektiven analysiert werden, die nach 2018 publiziert wurden. In der aktuellen politikorientierten Forschung werden die Ergebnisse meiner qualitativen Inhaltsanalyse widergespiegelt. Deutlich wird, dass in Artikeln mit ideologiekritischen Elementen unverant-

³² Dafür führte ich am 13.11.2024 im SSCI eine erneute Abfrage durch, um englischsprachige Artikel zu erfassen, die seit dem 1.1.2019 bis zum Zeitpunkt der Erhebung veröffentlicht wurden. Als Suchbegriffe verwendete ich wieder die Begriffe „corporate social responsibility“ AND „organization“, nach denen im Titel, in der Kurzzusammenfassung, in den Autor*innen-Stichwörtern sowie in den zusätzlichen Stichwörtern der Datenbank gesucht wurde. Mit dieser Suchabfrage identifizierte ich 2758 englischsprachige Artikel, auf die das Supervised-Machine-Learning-Modell angewendet wurde, das auf Basis des von mir inhaltsanalytisch ausgewerteten Datensatzes aus 2018 trainiert wurde. Hierbei handelt es sich jedoch nicht um einen separaten Analyseschritt meiner Arbeit, da es mir nicht darum geht, diese Artikel bibliometrisch oder inhaltsanalytisch auszuwerten. Stattdessen nutze ich diese Anwendung, um im Rahmen der Diskussion meine Ergebnisse anhand der Erkenntnisse aktueller Studien zu reflektieren und explorativ anzureichern.

wortliches Unternehmer*innen-Handeln in kontroversen Industrien aufgedeckt wird, was bereits aus den Daten aus 2018 hervorgeht. Um dies auszuführen, verweise ich auf die Studie mit ideologiekritischer Forschungsperspektive von Peticrew et al. (2018), in der Kommunikationsstrategien in der Alkoholindustrie aufgedeckt werden, mit denen Organisationen das Krebsrisiko von Alkoholkonsum schönfärben. Diese und weitere Studien greifen Bartlett und McCambridge (2021) auf, um zu zeigen, mit welchen Taktiken betroffene Unternehmen die gegen sie aufgestellten wissenschaftlichen Erkenntnisse durch Kommentare in Fachzeitschriften bestreiten (Larsen et al., 2018; Martinic, 2018; Nadeau & Sacy, 2018; Timothy, 2018). Bartlett und McCambridge (2021) kritisieren die von Unternehmen angewandten Strategien und hinterfragen die von Vertreter*innen der Industrie verfassten Veröffentlichungen. Damit Stakeholder-Gruppen Offenlegungstaktiken von Unternehmen kontroverser Industrien verstehen und diese für Schäden zur Verantwortung ziehen können, entwickeln Marshall et al. (2023) eine Typologie von Berichtsstrategien. Doch Unternehmen kontroverser Industrien manipulieren nicht nur den wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs, sondern üben auch politischen Einfluss (z.B. Lesch & McCambridge, 2023) und beeinträchtigen durch die Zusammenarbeit mit Regierungsorganisationen, dass Maßnahmen zur Verringerung des Konsums schädlicher Güter umgesetzt werden. Dies betrifft zum Beispiel die Umsetzung des Artikels 5.3 der Weltgesundheitsorganisation zur Eindämmung des Tabakkonsums in Indien (Chugh et al., 2020).

Im aktuellen Diskurs wird ein Faktor berücksichtigt, der zum Zeitpunkt meiner Analyse noch keine Rolle spielte. Hierbei handelt es sich um die Berücksichtigung des Einflusses der COVID-19-Pandemie. Aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive wird aufgedeckt, dass Unternehmen kontroverser Industrien selbst diese Krise nutzten, um gesundheitsschädliche Produkte in Zeiten der Isolation zu kapitalistischen Zwecken zulasten des Wohls der Gesellschaft zu vermarkten (Martino et al., 2021). Losgelöst von dem spezifischen Blick auf kontroverse Industrien werden unter Berücksichtigung hegemonialer Machtstrukturen Mechanismen der politischen sowie sozialen Verantwortungslosigkeit von Unternehmen offengelegt (Merkbawi et al., 2024).

Außerdem thematisieren Forscher*innen aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive die Ausbeutung von Arbeitnehmer*innen in globalen Lieferketten (z.B. Limoncelli, 2024; Prentice, 2021; Thomas, 2021), einschließlich der Gewalt gegenüber Frauen (Grosser & Tyler, 2022). Auch im Hinblick auf dieses Thema werden die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Diskurs berücksichtigt. Lockdown-Maßnahmen und der durch die Pandemie ausgelöste Nachfragerückgang verschlechterten die Arbeitsbedingungen vor allem in Ent-

wicklungsländern (z.B. Li & Hu, 2023). Li und Hu (2023) unterstreichen die Notwendigkeit der Zusammenarbeit zwischen transnationalen zivilgesellschaftlichen Organisationen und lokalen Gewerkschaften zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten. Gemäß Thomas (2021) ist es entscheidend, dass Arbeiter*innen über strukturelle und institutionelle Macht verfügen und dass ihre Interessen durch Gewerkschaften vertreten und durchgesetzt werden. Betont wird auch die Wichtigkeit der Zusammenarbeit zwischen der „Internationalen Arbeitsorganisation“ und Gewerkschaften, sodass durch die Wirkung nationaler und internationaler Arbeitsnormen und Gesetze menschenwürdige Arbeitsbedingungen durchgesetzt werden können. Freiwillige Zertifizierungsprogramme und CSR-Maßnahmen seien hingegen unwirksam bis schädlich.

Neben der unzureichenden Wirkung von freiwilligen CSR-Maßnahmen wird in Ansätzen mit ideologiekritischen Argumenten ebenfalls der Nutzen von Employee-Volunteering-Maßnahmen kritisch hinterfragt (Cook & Burchell, 2018). Deutlich wird, dass solche Praktiken durch die Formung von Subjekten als Instrument fungieren, um wahrgenommene Spannungen zwischen ökonomischen und ethischen Zielen zu beschwichtigen. Anstelle der Erfüllung emanzipatorischer Ziele durch das Aufzeigen von Zielkonflikten, bindet die damit einhergehende Verknüpfung zwischen moralischen Zielen und Privilegien Mitarbeitende und hält somit ihr Engagement für den neoliberalen Kapitalismus aufrecht (Shachar & Hustinx, 2019).

Außerdem werden in Studien mit ideologiekritischen Elementen Konzeptionen kritisch hinterfragt, in denen die Beziehung zwischen Unternehmen und gesellschaftlichen Akteur*innen immer als gewinnbringend dargestellt werden. Deutlich wird, dass es sich vielmehr um dynamische, interessens- und konfliktgetriebene Verbindungen handelt, die durch organisierte Gewalt gekennzeichnet sein können (Böhm & Pascucci, 2020). Wie Donaghey und Reinecke (2018) schlussfolgern, liefern CSR-Praktiken allenfalls kurzfristige positive Effekte. Hingehen werden langfristige, negative gesellschaftliche Auswirkungen der politischen Verantwortung von Unternehmen in der funktionalistischen Mainstream-Forschung ausgeblendet und aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive insbesondere im Kontext fragiler Staaten hervorgehoben (Hurst et al., 2019). Während Wirtschaftsunternehmen in Konfliktzonen trotz CSR-Agenden negativ auf die Friedensbildung einwirken, kann ein positiver gesellschaftlicher Wandel vielmehr durch hybride Organisationen erzeugt werden, die ausgehend von einer Inklusionslogik darauf abzielen, Spaltungen zwischen Interessensgruppen zu überwinden (Joseph et al., 2024).

Zusammenfassend bereichern Studien mit ideologiekritischen Argumenten vor allem Diskursstränge zum unverantwortlichen Unternehmer*innen-Handeln, zu Greenwashing-Strategien im Rahmen der CSR-Kommunikation sowie zu CSR-Aspekten in kontroversen Industrien und in Lieferketten. Dies inkludiert auch die Analyse der Situationen von Frauen. Außerdem wird der Einfluss von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen analysiert und Gegebenheiten vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern sowie in konfliktären Länderkontexten kritisch beleuchtet.

Studien mit *poststrukturalistischer* Forschungsperspektive prägen vor allem die CSR-Gender-Forschung. Besonders einflussreich ist die häufig zitierte, konzeptionelle Studie von Grosser und Moon (2019). Darin wird der Beitrag feministischer Theorien für die CSR-Forschung herausgestellt. In Anlehnung an vorherige Arbeiten (z.B. Calas & Smircich, 2006) differenzieren Grosser und Moon (2019) zwischen verschiedenen frauenzentrierten und geschlechtsspezifischen Strömungen und zeigen, wie verschiedene Perspektiven der CSR-Forschung (Garriga & Melé, 2004) dadurch bereichert werden. Abgrenzend zu liberalen und psychoanalytischen Strömungen, die derzeit im CSR-Diskurs überwiegen, stellen Grosser und Moon (2019) die Relevanz politikorientierter, feministischer Ansätze heraus. Sie zeigen, dass diese selbst in kritischen CSR-Ansätzen (z.B. Banerjee, 2008; Fleming & Jones, 2013; Shamir, 2005, 2008) unterrepräsentiert seien, obwohl dessen Anwendung bereits zu Beginn des 21. Jahrhunderts von Coleman (2002) postuliert wurde.

Im Folgenden gehe ich auf aktuelle poststrukturalistische und postkoloniale Studien ein, welche als Anknüpfungspunkte künftiger Forschung dienen. Wie ich in 4.3.10 verdeutliche, zielen Forscher*innen aus der poststrukturalistischen Perspektive darauf ab, die diskursive Konstruktion von Geschlechteridentitäten unter Berücksichtigung der Reproduktion der männlichen Hegemonie zu beleuchten (Lee & Parpart, 2018). „Solutions lie in denaturalizing and deconstructing the discourses of ‘organization’ (theory and practice) so as to expose the norms therein, identifying who has been silenced/what is missing from mainstream organizational discourses“ (Grosser & Moon, 2019, S. 328). Die Studien von Campbell und Kim (2018), Lauwo (2018) und Lee und Parpart (2018) sind Beispiele des von mir erhobenen Datensatzes, in denen marginalisierte Stimmen von Frauen beleuchtet werden. In einem aktuelleren Beispiel werden Auswirkungen der Neoliberalisierung am Beispiel der Mikrofinanzierung analysiert. In dem Kontext werden Erfahrungen von marginalisierten Stimmen mit den neoliberalen Entwicklungen in Bangladesch in den Fokus gestellt. Durch die Auseinandersetzung mit konkurrierenden Diskursen und der Beachtung der konstituierenden Wirkung von Erzählungen, werden Probleme von Frauen mit dem Mikrofinanzminimalismus beleuch-

tet (Tanima et al., 2023). In einem weiteren Beispiel wird aufgezeigt, dass häusliche Gewalt gegenüber Frauen, die durch die COVID-19-Pandemie weiter gestiegen ist, von geschlechtsspezifischen Beziehungen in Organisationen konstituiert wird (Wilcox et al., 2021).

In postkolonialen Gender-Ansätzen wird der anhaltende Imperialismus, der mit multiplen Unterdrückungen einhergeht, beleuchtet (Calas & Smircich, 2006; Grosser & Moon, 2019). „Further, it extends poststructuralist theories and attempts to escape the dualism of male/female to explore representation, power and identity as well as justice and ethics in practices of globalization“ (Grosser & Moon, 2019, S. 329). Grosser und Moon (2019) ordnen die Studie von Lauwo (2018), in der unterdrückte Stimmen von marginalisierten Frauen im Bergbausektor in Tansania herausgestellt werden, sowohl der poststrukturalistischen als auch der postkolonialen Strömung zu.

Aktuelle Studien zeigen, dass die in 2018 diskutierten Aspekte noch immer beleuchtet werden. Dies möchte ich am Beispiel des Einsturzes der Rana-Plaza-Textilfabrik in Bangladesch im Jahre 2013 verdeutlichen. Anhand der daraus entstandenen Multi-Stakeholder-Initiativen legen Donaghey und Reinecke (2018) Probleme des CSR-Konstrukts nach meiner Auswertung aus ideologiekritisch-interpretativer Perspektive offen. In dem Zusammenhang werden die Vorzüge des Industrial-Democracy-Konzepts (Webb & Webb, 1897) herausgestellt, dessen Kernprinzip in der Notwendigkeit der demokratischen Mitbestimmung von Arbeiter*innen durch Gewerkschaften besteht (Kaufman, 2000). Abgrenzend zu dieser ideologiekritisch-interpretativen Studie wird der Einsturz des Rana-Plaza-Gebäudes ebenfalls aus postkolonialer Perspektive beleuchtet (Ozkazanc-Pan, 2019). Ozkazanc-Pan (2019) zeigt, wie durch CSR-Aktivitäten von multinationalen Konzernen die Abhängigkeit postkolonialer Gebiete vom westlichen Norden aufrechterhalten wird und beleuchtet die prekäre Arbeitssituation marginalisierter Fabrikarbeiter*innen. „In Bangladesh, women did not have any protections around maternity leave, labored under excessive work hours and unsafe work conditions, suffered physical, verbal and sexual abuse, and did not receive equal pay for equal work“ (Ozkazanc-Pan, 2019, S. 861). Auf Basis des Subaltern-Agency-Konzepts von Spivak (z.B. 1988) wird die Relevanz der Handlungsfähigkeit von marginalisierten Personengruppen betont. Demnach sollten Arbeiter*innen nicht nur passive Empfänger*innen unternehmerisch geprägter CSR-Initiativen sein, sondern mitprägen, wie CSR konstituiert wird. Ozkazanc-Pan (2019) kritisiert an politischen, demokratischen CSR-Konzeptionen nach Habermas, dass nicht berücksichtigt wird, wie Geschlechterungleichheiten durch CSR-Diskurse konstituiert werden.

„[G]endering is a necessary theoretical lens to conceptualize and potentially dismantle gender-based inequalities that take shape through the very discourses and practices of CSR programs in different contexts. Expanding further on this point, postcolonial feminist thought moves us beyond deliberative democracy“ (Ozkazanc-Pan, 2019, S. 858 f.).

Walters (2022) knüpft ebenfalls an feministischen Studien der postkolonialen Forschung an und entwickelt ein Modell zur Konzeption von Genderwashing. Dies beschreibt Walters (2022) als eine kommunikative Praktik, mit der ein schöngefärbtes Bild von Organisationen vermittelt werden soll.

Weitere Beispiele, die abgrenzend zu diesem Kapitel nicht nur aktuelle Publikationen hervorheben, sondern vor allem ältere poststrukturalistische und postkoloniale CSR-Gender-Studien umfassen, gehen aus Grosser und Moon (2019) hervor. Deutlich wird, dass die aufgezeigten Gender-Studien zum Verständnis der Auswirkungen von CSR-Initiativen auf gesellschaftlicher Ebene beitragen können. „[R]esearch focusing on ‘missing voices’ can assist our understanding of CSR practice and research, especially through the adoption of postcolonial feminist theory“ (Grosser & Moon, 2019, S. 322). Dadurch werden marginalisierte Stimmen gehört, die in der CSR-Forschung noch immer zu wenig berücksichtigt werden (Rupp et al., 2024, S. 12). Dennoch sind solche theoretischen Ansätze noch immer nicht Teil der CSR-Mainstream-Forschung (Grosser & Moon, 2019), wie die Ergebnisse meiner bibliometrischen Analyse bestätigen.

Grosser und Moon (2019) identifizieren trotz des geringen Anteils von feministisch geprägten CSR-Studien mit poststrukturalistischer und postkolonialer Forschungsperspektive Beispiele mit Bezug zur Supply-Chain-Management-Literatur (z.B. Kabeer, 2004; Prieto-Carrón, 2004). Die Studie von Kaufmann (2022) ist ein Beispiel dafür, dass feministische Ansätze im Kontext der Analyse globaler Wertschöpfungs- und Lieferketten auch in der aktuellen Forschung beleuchtet werden. Aus einer poststrukturalistischen und postkolonialen Forschungsperspektive werden dominante Diskurse der Supply-Chain-Management-Literatur dekonstruiert, für selbstverständlich gehaltene Annahmen hinterfragt und beleuchtet, wie Machtverhältnisse in Lieferketten rekonstruiert werden. Dabei werden Akteur*innen einbezogen, die noch immer übersehen werden (z.B. Hardy et al., 2020; Touboulic & McCarthy, 2020).

Poststrukturalistische und postkoloniale Studien prägen außerdem die Forschung zum unverantwortlichen Unternehmer*innen-Handeln. Dies betrifft vor allem den Umgang multinationaler Konzerne mit Arbeiter*innen in Lieferketten mit Blick auf ausgewählte Kontexte wie Entwicklungsländer und postkoloniale Gebiete. Vor dem Hintergrund bestehender Konflikte

und dem ökonomisch getriebenen Abbau von Ressourcen durch Unternehmen in ehemaligen Kolonien werden hegemoniale, westliche Demokratievorstellungen kritisiert, in denen marginalisierte Interessensgruppen unterdrückt werden (z.B. Turkina, 2024). In dem Kontext stellt Banerjee (2022) das deliberative Demokratieverständnis nach Habermas aus einer postkolonialen Perspektive in Frage. Anstelle von deliberativer Konsensfindung sollte die Selbstbestimmtheit marginalisierter Personen treten.

„Deliberative democracy, despite efforts to be inclusive remains hegemonic and reflects a failure of the imagination because it normalizes difference and facilitates assimilation of dissenting groups within the dominant ideology. True difference can only be embodied by imagining a pluriverse“ (Banerjee, 2022, S. 296).

Auch Chowdhury (2021, S. 147) schlussfolgert aus einer politikorientierten Perspektive, dass marginalisierten Stakeholder-Gruppen das Recht zustünde, aufgezwungene Lebensweisen abzulehnen und stattdessen ihre eigenen durchzusetzen. Doch anstelle eines solchen Paradigmenwechsels nutzen Unternehmensvertreter*innen – vor allem von kritischen Industrien – CSR-Diskurse als strategisches Instrument, um die Geschichte des Siedlerkolonialismus zu verschleiern und zulasten der indigenen Bevölkerung weiterhin zu reproduzieren (Latino et al., 2022). Deshalb postuliert Turkina (2024), dass der Diskurs, der das unternehmerische Eingreifen in postkolonialen Gebieten als Entwicklungschance darstellt, entmythologisiert werden müsste.

Zusammenfassend geht aus der explorativen Analyse aktueller Studien hervor, dass sich meine Identifikation von Diskurssträngen bewährt hat, da diese auch in den Publikationsjahren 2019 bis 2024 erkennbar sind.

6 Schlusswort

Im Rahmen einer abschließenden Reflektion zeichne ich im Folgenden die Argumentationsstruktur nach und fasse Kernergebnisse zusammen. In meiner Arbeit befasste ich mich damit, wie CSR-Aspekte in verschiedenen Diskurssträngen thematisiert werden. Die Frage, wie Forschungsfelder organisiert sind, lassen sich mittels verschiedener Methoden analysieren, die auf unterschiedlichen epistemologischen Vorstellungen basieren. Einerseits können „scientific communities“ (Wenzel & Will, 2019, S. 517) mittels bibliometrischer Methoden identifiziert werden, andererseits lässt sich aus einer CCO-Perspektive analysieren, wie Forschungsfelder durch kommunikative Praktiken konstituiert werden (Wenzel & Will, 2019, S. 517 f.). In meiner Arbeit kombiniere ich quantitative und qualitative Analyseverfahren und nehme verschiedene Forschungsperspektiven ein. Dabei wird deutlich, dass multiperspektivi-

sche Studien für ein umfassendes Verständnis von Forschungsgegenständen besonders geeignet sind (Sieben, 2007b, S. 335).

In der Arbeit verfolge ich zwei Ziele: zum einen im CSR-Forschungsfeld verschiedene thematische Sinnprovinzen zu identifizieren und zum anderen, aufzuzeigen, wie die CSR-Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden.

Um mich im CSR-Forschungsfeld zu orientieren, zeichne ich in 2.1 mittels aggregierter Synthesen die Entwicklung des Forschungsfeldes nach und grenze CSR von verwandten Konzepten ab. In der Tabelle 1 illustriere ich, welche Schwerpunkte in den einzelnen Jahrzehnten fokussiert wurden (s. 2.1.1). Die jüngsten Entwicklungen zeigen einen deutlichen Zuwachs an CSR-Veröffentlichungen (Latapí Agudelo et al., 2019). Neben strategischen CSR-Studien werden vor allem Publikationen zur Mikrofundierung veröffentlicht. Doch noch immer bleiben die Stimmen und Interessen marginalisierter Stakeholder unberücksichtigt, welche die eigentlichen Nutznießer von CSR-Maßnahmen sein sollten (Rupp et al., 2024, S. 12).

Geprägt wird der Diskurs stattdessen von Ansätzen des Creating-Shared-Value-Konzepts. Im Fokus steht die Optimierung der Wertschöpfung für Unternehmen und für die Gesellschaft (Chandler, 2016). Im Kern geht es darum, aus sozialen Belangen neue Märkte zu erschließen (Porter & Kramer, 2011). Doch diese Harmonisierung ökonomischer und sozialer Ziele verkennt das Auftreten möglicher Zielkonflikte. Dies wird aus politikorientierter Sicht kritisiert (Böhm & Pascucci, 2020). Wie ich zeige, gehen Forscher*innen aus der ideologiekritischen Forschungsperspektive davon aus, dass ökonomische Ziele zulasten ethischer vorgezogen werden (Bjerregard & Luring, 2013).

Um mich im Diskurs weiter zu orientieren, reflektiere ich in den Abschnitten 2.1.3 und 2.1.4 CSR-Reviews kritisch. Dabei wird deutlich, dass der Fortschritt in der Veröffentlichung von Literaturzusammenfassungen vorwiegend durch methodische Verfeinerung geprägt ist – mit der Zielsetzung, das CSR-Forschungsfeld ganzheitlich und objektiv zu repräsentieren. Außerdem werden häufig aus einem isolationistischen Standpunkt heraus inkommensurable Paradigmen (Gond & Matten, 2007) beziehungsweise Theorie-Gruppen (Secchi, 2007) voneinander abgegrenzt. Doch im Rahmen einer solchen isolationistischen und positivistischen Auffassung werden gewinnbringende multiperspektivische Ansätze nicht berücksichtigt.

Abgrenzend dazu nehme ich unter 2.2.1 eine Multiparadigmenperspektive ein und gehe in Anlehnung an Gond et al. (2023) und Wenzel und Will (2019) davon aus, dass Forschungsfelder nicht repräsentiert, sondern durch kommunikative Praktiken konstituiert werden. Während Wenzel und Will (2019) dieser CCO-Perspektive gegenüber bibliometrischen

Studien den Vorzug geben, zeige ich in meiner Arbeit, dass sich solche Perspektiven nicht ausschließen. Vielmehr ist es gewinnbringend, diese für eine umfassende Analyse von Forschungsfeldern zu kombinieren.

In Kapitel 3 beschreibe ich meine bibliometrische Analyse der CSR-Forschung. Hierbei verwende ich ein Verfahren, das üblicherweise systematischen Literaturanalysen aus funktionalistischer Perspektive dient (Gond et al., 2023, S. 216). Jedoch grenze ich mich von der Zielsetzung ab, das CSR-Forschungsfeld dadurch ganzheitlich zu repräsentieren. Stattdessen stelle ich heraus, dass durch die Art der Datenerhebung, Datenanalyse und Ergebnispräsentation die Grenzen eines Diskurses selbst konstituiert werden. Auch ohne anzunehmen, dass Forschungsfelder als objektive Einheiten existieren, die mittels bibliometrischer Verfahren repräsentiert werden, helfen bibliometrische Methoden, um auf Basis von informellen Forschungsnetzwerken (s. 2.2.2) thematische Sinnprovinzen zu identifizieren (s. 3.3.2). Durch die bibliometrische Analyse wird deutlich, welche Publikationen den Diskurs am meisten prägen (s. 3.3.1, Tabelle 4; 3.3.2, Tabelle 5), da sie von Autor*innen häufig referenziert werden. Aus der poststrukturalistischen Forschungsperspektive kann dies als performative Forschungspraktik angesehen werden. Somit zeigt sich durch die Anwendung bibliometrischer Methoden aus poststrukturalistischer Perspektive, welche als selbstverständlich erachteten Annahmen in der Forschung reproduziert werden.

Geprägt wird der CSR-Diskurs vor allem durch Publikationen, in denen organisationale Ziele im Fokus stehen – selbst in der Sinnprovinz zur Verbraucher*innen-Skepsis, in der es hauptsächlich darum geht, Strategien herzuleiten, um negative organisationale Folgen einer steigenden Skepsis abzumildern. Durch die bibliometrische Studie identifiziere ich blinde Flecken in der CSR-Mainstream-Literatur. Diese sehe ich als gewinnbringende Ansätze für die CSR-Forschung an (s. 3.3.4, Tabelle 6).

Zu beachten ist, dass die bibliometrische Studie auf Publikationen basiert, die innerhalb meines Datensatzes zwischen 1994 und 2020 mindestens 30-mal zitiert wurden. Die Analyseverfahren wurden somit auf die 291 meistzitierten Referenzen von 1902 zitierenden Artikeln angewandt. In ähnlicher Weise analysieren Wenzel und Will (2019) die 20 meistzitierten Artikel einzelner Jahrzehnte zwischen 1970 und den 2010er Jahren. In Anlehnung an Vogel (2012) argumentieren sie aus der CCO-Perspektive, dass die Zitationshäufigkeit wissenschaftlicher Publikationen als Indikator für die kommunikative Reproduktion von Ideen und Konzepten innerhalb eines Forschungsfeldes fungiert (Wenzel & Will, 2019, S. 520). Doch gerade weil mit dieser Forschungspraktik das Forschungsfeld wieder reproduziert wird, analysiere

ich im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse Artikel eines Publikationsjahres unabhängig von ihrer Zitationshäufigkeit.

In Kapitel 4 zeige ich, wie Themen aus verschiedenen Forschungsperspektiven beleuchtet werden. Ich nutze dabei den Managementkompass von Sieben (2007a, b) als Orientierungshilfe im „wuchernden Diskurs“ (Sieben, 2007b, S. 329), um Forschungsperspektiven zu rekonstruieren. Auch in diesem Analyseschritt strebe ich keine vollständige Darstellung des Forschungsstandes an. Stattdessen ziele ich darauf ab, politikorientierte Studien der erhaltenen Mainstream-Forschung entgegenzustellen und deren Beitrag hervorzuheben. Durch die qualitative Inhaltsanalyse stelle ich nicht nur Anwendungsbeispiele bereichernder Ansätze heraus (s. 5.3, Tabelle 44), sondern identifiziere auch weitere Themen, die ich mittels der bibliometrischen Analyse nicht finden konnte. Ein wesentlicher Unterschied dieser inhaltsanalytischen Betrachtung des CSR-Diskurses ist es, dass ich Themen zu Diskurssträngen bündelte. Den Zusammenhang zwischen Diskurssträngen und Themen stelle ich in der Tabelle 10 dar (s. 4.3.2); in den folgenden Abschnitten beleuchte ich die einzelnen Diskursstränge näher.

Unter 4.3.3 zeige ich, dass neben Mitarbeitenden und Kund*innen, die schon aus der bibliometrischen Analyse hervorgehen, auch weitere Stakeholder-Gruppen untersucht werden, so Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen. Außerdem werte ich weitere Diskurselemente aus: zu ausgewählten Führungs- und Managementaspekten (s. 4.3.4), zu institutionellen Rahmenbedingungen und ausgewählten Länderkontexten (s. 4.3.5), zu Treibern und Motiven für die Implementierung von CSR-Praktiken (s. 4.3.6), zu strategischen Auswirkungen von CSR-Praktiken auf organisationale Erfolgsgrößen (s. 4.3.7), zu CSR-Praktiken im Kontext verschiedener Organisationen (s. 4.3.8), zur Skepsis gegenüber CSR-Praktiken und zu unverantwortlichem Unternehmer*innen-Handeln (s. 4.3.9), zu Diversitätsaspekten (s. 4.3.10) sowie zu CSR-Konzeptualisierungen (s. 4.3.11).

Die Analyse der Forschungsperspektiven mit Blick auf die Themen zeigt, dass Studien mit funktionalistischer Forschungsperspektive in fast allen Diskurssträngen überwiegen. Erwartungsgemäß ist der Anteil in dem Diskursstrang besonders hoch, in dem die Korrelation zwischen CSR und CFP zur Überprüfung des Business Cases gemessen wird. CSR-Implementierungsstudien sind stattdessen überwiegend interpretativ. In der CSR-Führungsforschung sowie im Diskursstrang über CSR-Praktiken und Kund*innen liegen nach meiner Interpretation in dem Datensatz aus 2018 weder politisierende noch multiperspektivische Studien vor. Die Diskursstränge bestehen folglich nur aus empirischen Artikeln, in denen erhaltende Forschungsziele verfolgt werden.

Studien mit politikorientierter Forschungsperspektive prägen stattdessen vor allem den Diskursstrang zum sozial unverantwortlichen Unternehmer*innen-Handeln. Während Studien mit poststrukturalistischer Forschungsperspektive darüber hinaus vor allem die CSR-Gender-Forschung beeinflussen, prägen ideologiekritische und multiperspektivische Studien den Diskursstrang zu CSR-Aspekten im Kontext umstrittener Branchen. Außerdem werden Schwächen bisheriger CSR-Konzeptualisierungen aufgedeckt und Vorzüge des alternativen Industrial-Democracy-Konzepts herausgestellt (Donaghey & Reinecke, 2018). Multiperspektivische Studien kombinieren häufig die ideologiekritische mit der interpretativen Forschungsperspektive (s. 4.3.12).

In Kapitel 5 diskutiere ich meine Ergebnisse, zunächst mit Blick auf Limitationen (s. 5.1). Auch wenn ich durch die Fokussierung auf Artikel eines Publikationsjahres den Beitrag politikorientierter Studien herausarbeiten konnte (s. 5.3), hätte eine Ausweitung der Datenbasis zusätzliche Erkenntnisse liefern können. Doch wie bereits Kornau et al. (2020) in ihrer IHRM-Forschungsfeldstudie zeigen, bestehen die Grenzen der qualitativen Inhaltsanalyse gerade darin, große Datenmengen paradigmatisch auszuwerten. Daher diskutiere ich als Ausblick für weitere Forschung im Abschnitt 5.1, inwiefern computergestützte Textanalysen für paradigmatische Analysen eingesetzt werden können. Sofern ein Trainingsdatensatz vorliegt, können Supervised-Machine-Learning-Modelle unterstützend eingesetzt werden, um weitere Daten auszuwerten. Trotz diskutierter Abweichungen am Beispiel der Studien von Ban (2018) und Hoffmann (2018) (s. 5.1) können selbst große Sprachmodelle als Unterstützung bei der Auswertung großer Datenmengen dienen – nicht um die Expertise des Forschenden zu ersetzen, sondern um den Forschungsprozess in Anlehnung an Krlev et al. (2025) zu erleichtern. Wie ich in 5.1 zeige, konnte ich solche Methoden bereits in weiterführenden Analysen testen (Frerichs & Dirks, in Vorbereitung) und darüber hinaus bei der explorativen Analyse aktueller Publikationen unterstützend einsetzen. Dies zeigt sich in 5.4, denn in diesem Abschnitt berücksichtige ich Trends mit einem Fokus auf politikorientierte Artikel, die zwischen 2019 und 2024 veröffentlicht wurden.

Meine explorative Analyse zeigt, dass in aktuellen Studien die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse aus 2018 widerspiegelt und dieselben Themen politisierend beleuchtet werden. Ein zusätzlicher Faktor, der berücksichtigt wird, ist der Einfluss der COVID-19-Pandemie, die von Unternehmen für kapitalistische Zwecke genutzt wurde (Martino et al., 2021) und die Arbeitsbedingungen bei Zuliefer*innen in Entwicklungsländern weiterhin verschlechterte (Li & Hu, 2023).

Insgesamt beleuchten die in dieser Arbeit analysierten politikorientierten Ansätze die Fragen, die Banerjee bereits 2008 als zukunftsweisend benennt. Dazu gehören Fragen nach Machtdynamiken zwischen Organisationen und Stakeholder-Gruppen, nach diskursiven Effekten, und danach, wie hegemoniale Strukturen reproduziert werden (Banerjee, 2008, S. 629).

Doch was bedeutet dies abschließend für die künftige CSR-Forschung? Während Sieben (2007b, S. 334) kritisiert, dass Emotionen in der Managementforschung lediglich in einer reduzierten und kommerzialisierten Form betrachtet werden, ziehe ich dieselbe Schlussfolgerung für die CSR-Forschung. Anstelle der Harmonisierung möglicher Zielkonflikte wäre es wünschenswert, Organisationen als personalpolitische Arenen (z.B. Sandner, 1989) aufzufassen, die Komplexität verschiedener Interessen zu berücksichtigen und vor allem die der Gesellschaft in den Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses zu stellen.

Aus politikorientierter Perspektive wird verdeutlicht, dass CSR-Verpflichtungen freiwillig und selbstregulierend sind und damit ohne offensichtliche Nachteile von Unternehmer*innen als Marketinginstrument postuliert werden können (Donaghey & Reinecke, 2018). Die Erfüllung von Verhaltenskodizes ist aufgrund des selbstbindenden Charakters nicht rechtskräftig und die Nichteinhaltung solcher Standards nicht einfach zu überprüfen (Banerjee, 2008, 2022; Kuhn & Deetz, 2008). In Anlehnung an Hanlon (2008, S. 168 f.) können CSR-Praktiken mit den Handlungsweisen von Andrew Carnegie und Henry Ford verglichen werden, die einerseits philanthropische Initiativen monetär unterstützten und sich andererseits gegen die Gewerkschaftsbildung aussprachen. Unternehmer*innen sind gefangen in den Wirkungsweisen des Kapitalismus. Durch das Streben nach Profit wird die Möglichkeit eines fürsorglichen Kapitalismus ausgelöscht. Daher fordern Fleming und Jones (2013) die Eindämmung der unternehmerischen Hegemonie.

„[W]e should be looking for opportunities in theory and practice to roll back corporate hegemony, retrieve the non-marketized ‘commons’, de-privatize what remains of the public sphere, and put a reanimated and potentially more independent state to work, breaking up local, national and global oligopoly market structures“ (Fleming & Jones, 2013, S. 106).

Weiterhin ergänzen sie, dass das Übel des globalen Kapitalismus seit der Entstehung und Verbreitung des CSR-Konzepts eher gestiegen und nicht eingedämmt worden sei. Sie beschreiben das Konstrukt daher als „an ideological practice that sustains corporate hegemony rather than attenuate or shift its axiomatic principles“ (Fleming & Jones, 2013, S. 107).

Aus politikorientierter Perspektive werden nicht nur instrumentelle CSR-Ansätze kritisiert, sondern selbst deliberative Demokratieverständnisse nach Habermas hinterfragt (Banerjee,

2022), die in politischen CSR-Konzeptionen operationalisiert werden (Scherer & Palazzo, 2011). Gemäß einer deliberativen Demokratievorstellung wird Unternehmer*innen politische Macht verliehen, ohne dass deren Rechenschaftspflicht erhöht wird (Willke & Willke, 2008). Aus politikorientierter Perspektive wird deutlich, dass CSR-Konzeptionen als Waffe fungieren, um koloniale Prozesse der Unterdrückung marginalisierter Interessensgruppen zu verschleiern und um einem solchen unternehmerischen Handeln Legitimität zu verleihen (Alamgir & Banerjee, 2019; Banerjee, 2022, S. 294; Ozkazanc-Pan, 2019). In dem Sinne stellt die Stakeholder-Theorie, als eine der am häufigsten angewendeten Ansätze in der CSR-Forschung, eine Form des Stakeholder-Kolonialismus dar, mit dem Ziel, das Verhalten von Stakeholdern zu regulieren (Banerjee, 2008, S. 72).

Doch bedeutet dies nun das Ende des CSR-Konzepts? Dies verneine ich und halte stattdessen die Thematisierung für unabdingbar. Dabei ist jedoch wichtig, dass von Unternehmer*innen eine stärkere Rechenschaftspflicht gefordert werden würde (Banerjee, 2008). Außerdem ist es wünschenswert, in künftigen CSR-Konzeptionen die Mitbestimmung von Arbeiter*innen als Kernprinzip zu integrieren (Donaghey & Reinecke, 2018) und die Handlungsfähigkeit marginalisierter Subjekte stärker in den Fokus zu nehmen (Ozkazanc-Pan, 2019). Ein Beispiel dafür wäre, Fabrikarbeiter*innen nicht mehr anzusehen als passive Empfänger*innen von CSR-Maßnahmen, sondern als Subjekte, die durch diskursive Praktiken das Verständnis von CSR als „discursive formation, (re)produced by discursive practices“ (Sieben, 2007a, S. 572) mitkonstituieren. „[W]omen laborers are no longer passive recipients of corporate decisions but have voice and power in shaping what gets constituted as CSR“ (Ozkazanc-Pan, 2019, S. 859).

Schließlich beende ich meine Arbeit im Einklang mit Fleming und Jones (2013, S. 107) und schlussfolgere, dass CSR erst dann nicht mehr thematisiert werden müsste, wenn globale Unternehmen, Märkte und neoliberale Regierungen wirklich demokratisch wären, das Wohl der Gesellschaft über ökonomische Interessen gestellt und die Stimmen marginalisierter Stakeholder im Sinne einer pluriversellen Weltanschauung (Banerjee, 2022, S. 296) gehört werden würden – doch davon ist die Gesellschaft durch kapitalistische Märkte und die Hegemonie organisationaler Diskurse weit entfernt. Es bedarf weit mehr politikorientierter Studien, um im Sinne ihres emanzipatorischen Aufklärungsinteresses noch mehr Wirkung im unternehmenszentrierten Diskurs zu erzeugen.

Literaturverzeichnis

- Abdelmotaleb, M., Mohamed Metwally, A. B. E., & Saha, S. K. (2018). Exploring the impact of being perceived as a socially responsible organization on employee creativity. *Management Decision*, 56(11), 2325-2340. <https://doi.org/10.1108/md-06-2017-0552>
- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18(4), 317-334. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180403>
- Acquier, A., Carbone, V., & Moatti, V. (2018). "Teaching the Sushi Chef": Hybridization work and CSR integration in a Japanese multinational company. *Journal of Business Ethics*, 148, 625-645. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-3007-4>
- Afsar, B., Cheema, S., & Javed, F. (2018). Activating employee's pro-environmental behaviors: The role of CSR, organizational identification, and environmentally specific servant leadership. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 904-911. <https://doi.org/10.1002/csr.1506>
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275678>
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Ahn, S.-Y., & Park, D.-J. (2018). Corporate social responsibility and corporate longevity: The mediating role of social capital and moral legitimacy in Korea. *Journal of Business Ethics*, 150(1), 117-134. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3161-3>
- Aiken, L. S., West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage.
- Alamgir, F., & Banerjee, S. B. (2019). Contested compliance regimes in global production networks: Insights from the Bangladesh garment industry. *Human Relations*, 72(2), 272-297. <https://doi.org/10.1177/0018726718760150>
- Alhosani, N. H. I., & Nobanee, H. (2023). Board gender diversity and corporate social responsibility: A bibliometric analysis. *Heliyon*, 9(1), e12734. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12734>
- Ali, H. Y., Asrar-ul-Haq, M., Amin, S., Noor, S., Haris-ul-Mahasbi, M., & Aslam, M. K. (2020). Corporate social responsibility and employee performance: The mediating role of employee engagement in the manufacturing sector of Pakistan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2908-2919. <https://doi.org/10.1002/csr.2011>
- Ali, W., & Frynas, J. G. (2018). The role of normative CSR-promoting institutions in stimulating CSR disclosures in developing countries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 373-390. <https://doi.org/10.1002/csr.1466>
- Al-Mamun, A., & Seamer, M. (2021). Board of director attributes and CSR engagement in emerging economy firms: Evidence from across Asia. *Emerging Markets Review*, 46, 100749. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100749>
- Alois, P. (2018). Lessons for effective governance: An examination of the Better Work program. *Global Governance*, 24(1), 139-157. <https://www.jstor.org/stable/44861174>
- Álvarez-González, L. I., García-Rodríguez, N., & Sanzo-Pérez, M. J. (2018). Online voluntary transparency in Spanish retail firms. Measurement index and CSR-related factors as determinants. *Sustainability*, 10(10), 3542. <https://doi.org/10.3390/su10103542>
- Alvesson, M., & Deetz, S. (1999). Critical theory and postmodernism: Approaches to organi-

- zational studies. In C. Hardy & S. R. Clegg (Hrsg.), *Studying organization* (S. 185-211). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446218556.n7>
- Amaladoss, M. X., & Manohar, H. L. (2013). Communicating corporate social responsibility – A case of CSR communication in emerging economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 65-80. <https://doi.org/10.1002/csr.287>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Aqueveque, C., Rodrigo, P., & Duran, I. J. (2018). Be bad but (still) look good: Can controversial industries enhance corporate reputation through CSR initiatives? *Business Ethics: A European Review*, 27(3), 222-237. <https://doi.org/10.1111/beer.12183>
- Araujo, T., & Kollat, J. (2018). Communicating effectively about CSR on Twitter. *Internet Research*, 28(2), 419-431. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2017-0172>
- Archer, M. S. (2003). *Structure, agency and the internal conversation*. Cambridge University Press.
- Archer, M. S. (2012). *The reflexive imperative in late modernity*. Cambridge University Press.
- Arena, C., Liong, R., & Vourvachis, P. (2018a). Carrot or stick: CSR disclosures by Southeast Asian companies. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(4), 422-454. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-06-2016-0037>
- Arena, C., Michelon, G., & Trojanowski, G. (2018b). Big egos can be green: A study of CEO hubris and environmental innovation. *British Journal of Management*, 29(2), 316-336. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12250>
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402. <https://doi.org/10.1177/002224377701400320>
- Arora, P., & Thompson, L. H. (2018). Crowdsourcing as a platform for digital labor unions. *International Journal of Communication*, 12, 2314-2332. <http://hdl.handle.net/1765/120617>
- Ashcraft, K. L., Kuhn, T. R., & Cooren, F. (2009). Constitutional amendments: “Materializing” organizational communication. *Academy of Management Annals*, 3(1), 1-64. <https://doi.org/10.5465/19416520903047186>
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374. <https://doi.org/10.1177/0149206308316059>
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4278999>
- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., & Fisscher, O. A. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 56, 7-17. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.10.034>
- Aßländer, M. S., & Brink, A. (2008). Begründung korporativer Verantwortung: Normenkonkretion als Prozess. In A. G. Scherer & M. Patzer (Hrsg.), *Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik* (S. 103-124). Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8350-5565-0_7
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463. <https://doi.org/10.5465/256210>
- Bacharach, S. B. (1989). Organizational theories: Some criteria for evaluation. *Academy of Management Review*, 14(4), 496-515. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308374>
- Badulescu, A., Badulescu, D., Saveanu, T., & Hatos, R. (2018). The relationship between firm size and age, and its social responsibility actions – Focus on a developing country (Romania). *Sustainability*, 10(3), 805. <https://doi.org/10.3390/su10030805>

- Ballou, B., Chen, P.-C., Grenier, J. H., & Heitger, D. L. (2018). Corporate social responsibility assurance and reporting quality: Evidence from restatements. *Journal of Accounting and Public Policy*, 37(2), 167-188.
<https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2018.02.001>
- Ban, Z. (2018). Calibrating the tilted scale: (Re)constructing fairness in fair wage discourse. *Journal of Applied Communication Research*, 46(4), 409-428.
<https://doi.org/10.1080/00909882.2018.1498979>
- Banerjee, S. B. (2008). Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly. *Critical Sociology*, 34(1), 51-79. <https://doi.org/10.1177/0896920507084623>
- Banerjee, S. B. (2022). Decolonizing deliberative democracy: Perspectives from below. *Journal of Business Ethics*, 181(2), 283-299. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04971-5>
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197-218.
<https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Barja-Martinez, S., Aragüés-Peñalba, M., Munné-Collado, Í., Lloret-Gallego, P., Bullich-Massagué, E., & Villafafila-Robles, R. (2021). Artificial intelligence techniques for enabling big data services in distribution networks: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 150, 111459. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111459>
- Barnett, M. L. (2007). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 794-816.
<https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275520>
- Barnett, M. L., & Salomon, R. M. (2006). Beyond dichotomy: The curvilinear relationship between social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, 27(11), 1101-1122. <https://doi.org/10.1002/smj.557>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., & Wright, M. (2011). The future of resource-based theory: Revitalization or decline? *Journal of Management*, 37(5), 1299-1315.
<https://doi.org/10.1177/0149206310391805>
- Barrena-Martinez, J., López-Fernández, M., & Romero-Fernandez, P. M. (2018). Drivers and barriers in socially responsible human resource management. *Sustainability*, 10(5), 1532. <https://doi.org/10.3390/su10051532>
- Barthélemy, M. (2004). Betweenness centrality in large complex networks. *The European Physical Journal B*, 38(2), 163-168. <https://doi.org/10.1140/epjb/e2004-00111-4>
- Bartle, R. G. (1995). A brief history of the mathematical literature. *Publishing Research Quarterly*, 11(2), 3-13. <https://doi.org/10.1007/BF02680421>
- Bartlett, A., & McCambridge, J. (2021). Appropriating the literature: Alcohol industry actors' interventions in scientific journals. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 82(5), 595-601. <https://doi.org/10.15288/jsad.2021.82.595>
- Bassen, A., Jastram, S., & Meyer, K. (2005). Corporate social responsibility: Eine Begriffserläuterung. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 6(2), 231-236.
<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-358871>
- Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility: A process model of sense-making. *Academy of Management Review*, 33(1), 122-136.
<https://doi.org/10.5465/amr.2008.27745504>
- Belter, C. W. (2015). Bibliometric indicators: Opportunities and limits. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 103(4), 219-221. <https://doi.org/10.3163/1536-5050.103.4.014>
- Bendell, J. (2005). In whose name? The accountability of corporate social responsibility. *Development in Practice*, 15(3-4), 362-374.

- <https://doi.org/10.1080/09614520500075813>
- Berg, N., Holtbrügge, D., Egri, C. P., Furrer, O., Sinding, K., & Dögl, C. (2018). Stakeholder pressures, CSR practices, and business outcomes in Denmark, Germany and the Netherlands. *European Journal of International Management*, 12(4), 472-500. <https://doi.org/10.1504/ejim.2018.092846>
- Bergmann, A., & Posch, P. (2018). Mandatory sustainability reporting in Germany: Does size matter? *Sustainability*, 10(11), 3904. <https://doi.org/10.3390/su10113904>
- Bergold, J., & Thomas, S. (2012). Participatory research methods: A methodological approach in motion. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 37(4), 191-222. <https://www.jstor.org/stable/41756482>
- Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S., & Jones, T. M. (1999). Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 488-506. <https://doi.org/10.5465/256972>
- Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67(2), 76-88. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.76.18609>
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47(1), 9-24. <https://doi.org/10.2307/41166284>
- Bihari, A., & Pandia, M. K. (2015). *Eigenvector centrality and its application in research professionals' relationship network*. International conference on futuristic trends on computational analysis and knowledge management (ABLAZE), 510-514. <https://doi.org/10.1109/ABLAZE.2015.7154915>
- Bjerregaard, T., & Luring, J. (2013). Managing contradictions of corporate social responsibility: The sustainability of diversity in a frontrunner firm. *Business Ethics: A European Review*, 22(2), 131-142. <https://doi.org/10.1111/beer.12014>
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. Wiley.
- Bohlmann, C., Krumbholz, L., & Zacher, H. (2018). The triple bottom line and organizational attractiveness ratings: The role of pro-environmental attitude. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 912-919. <https://doi.org/10.1002/csr.1507>
- Böhm, S., & Pascucci, S. (2020). It's not just about the Mafia! Conceptualizing business-society relations of organized violence. *Academy of Management Perspectives*, 34(4), 546-565. <https://doi.org/10.5465/amp.2019.0029>
- Boiral, O., Heras-Saizarbitoria, I., & Testa, F. (2017). SA8000 as CSR-washing? The role of stakeholder pressures. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(1), 57-70. <https://doi.org/10.1002/csr.1391>
- Bondy, K., Moon, J., & Matten, D. (2012). An institution of corporate social responsibility (CSR) in multi-national corporations (MNCs): Form and implications. *Journal of Business Ethics*, 111(2), 281-299. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1208-7>
- Bonsón, E., & Bednárová, M. (2015). CSR reporting practices of Eurozone companies. *Revista de Contabilidad*, 18(2), 182-193. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.06.002>
- Borgatti, S. P., & Everett, M. G. (2000). Models of core/periphery structures. *Social Networks*, 21(4), 375-395. [https://doi.org/10.1016/S0378-8733\(99\)00019-2](https://doi.org/10.1016/S0378-8733(99)00019-2)
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). Ucinet for Windows: Software for social network analysis. *Harvard: Analytic Technologies*, 6, 12-15.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Hrsg.), *JG Richardson's handbook for theory and research for the sociology of education* (S. 241-258). Greenwood Press.
- Boush, D. M., Friestad, M., & Rose, G. M. (1994). Adolescent skepticism toward TV advertising and knowledge of advertiser tactics. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 165-175. <https://doi.org/10.1086/209390>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper.
- Bowie, N. E. (1999). *Business ethics: A Kantian perspective*. Blackwell.
- Bradbury, H. (2015). *The Sage handbook of action research*. Sage.
- Brammer, S., Branicki, L., & Linnenluecke, M. (2022). Mission accomplished? Reflecting on 60 years of business & society. *Business & Society*, 61(5), 980-1041. <https://doi.org/10.1177/00076503221098911>
- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719. <https://doi.org/10.1080/09585190701570866>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9071-z>
- Briones Peñalver, A. J., Bernal Conesa, J. A., & de Nieves Nieto, C. (2018). Analysis of corporate social responsibility in Spanish agribusiness and its influence on innovation and performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 182-193. <https://doi.org/10.1002/csr.1448>
- Brown, J. A., & Forster, W. R. (2013). CSR and stakeholder theory: A tale of Adam Smith. *Journal of Business Ethics*, 112(2), 301-312. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1251-4>
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84. <https://doi.org/10.1177/002224299706100106>
- Bruccoli, M., Mazzola, E., & Sferlazzo, G. (2018). Explaining the relationship between socially responsible products and the operations of the firm: The case of equine assisted therapy. *Journal of Cleaner Production*, 195, 839-850. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.229>
- Brummans, B., Cooren, F., Robichaud, D., & Taylor, J. R. (2014). Approaches to the communicative constitution of organizations. In L. L. Putnam & D. K. Mumby (Hrsg.), *The Sage handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (S. 173-194). Sage.
- Brundtland, G. H. (1987). *Our common future: Report of the world commission on environment and development*. UN-Dokument A/42/427. <https://www.are.admin.ch/are/de/home/medien-und-publikationen/publikationen/nachhaltige-entwicklung/brundtland-report.html>
- Burbano, V. C., Mamer, J., & Snyder, J. (2018). Pro bono as a human capital learning and screening mechanism: Evidence from law firms. *Strategic Management Journal*, 39(11), 2899-2920. <https://doi.org/10.1002/smj.2947>
- Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long Range Planning*, 29(4), 495-502. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00041-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00041-6)
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis: Elements of the sociology of corporate life*. Heinemann.
- Busch, T., & Friede, G. (2018). The robustness of the corporate social and financial performance relation: A second-order meta-analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 583-608. <https://doi.org/10.1002/csr.1480>
- Calabretta, G., Durisin, B., & Ogliengo, M. (2011). Uncovering the intellectual structure of

- research in business ethics: A journey through the history, the classics, and the pillars of journal of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 499-524.
<https://doi.org/10.1007/s10551-011-0924-8>
- Calás, M. B., & Smircich, L. (2006). From the “woman’s point of view” ten years later: Towards a feminist organization studies. In C. H. S. Clegg, W. Nord, & T. Lawrence (Hrsg.), *The Sage handbook of organization studies* (2. Aufl., S. 284-346). Sage.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946-967. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275684>
- Campbell, M. L., & Kim, E. (2018). The (missing) subjects of research on gender and global governance: Toward inquiry into the ruling relations of development. *Business Ethics: A European Review*, 27(4), 350-360. <https://doi.org/10.1111/beer.12189>
- Campos, M. J. Z., Hall, C. M., & Backlund, S. (2018). Can MNCs promote more inclusive tourism? Apollo tour operator’s sustainability work. *Tourism Geographies*, 20(4), 630-652. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1457074>
- Carmeli, A., Gilat, G., & Waldman, D. A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. *Journal of Management Studies*, 44(6), 972-992. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00691.x>
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
<https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
[https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business & Society Review*, 100/101, 1-7.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Carroll, A. B. (2008). A history of corporate social responsibility: Concepts and practices. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 19-46). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87-96.
<https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct’s development and future. *Business & Society*, 60(6), 1258-1278.
<https://doi.org/10.1177/00076503211001765>
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate social responsibility: A review of current concepts, research, and issues. In J. Weber & D. Wasieleski (Hrsg.), *Corporate Social Responsibility* (2. Aufl., S. 39-69). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S2514-175920180000002002>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Carstensen, L. L. (2006). The influence of a sense of time on human development. *Science*, 312(5782), 1913-1915. <https://doi.org/10.1126/science.1127488>
- Casado, R. (2018). The “hero-leader”: A case of leadership in Brazil. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(4), 495-506. <https://doi.org/10.1108/lodj-05-2017-0145>

- Cazeri, G. T., Anholon, R., da Silva, D., Ordoñez, R. E. C., Quelhas, O. L. G., Leal Filho, W., & de Santa-Eulalia, L. A. (2018). An assessment of the integration between corporate social responsibility practices and management systems in Brazil aiming at sustainability in enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 182, 746-754. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.023>
- Chae, B., & Park, E. (2018). Corporate social responsibility (CSR): A survey of topics and trends using Twitter data and topic modeling. *Sustainability*, 10(7), 2231. <https://doi.org/10.3390/su10072231>
- Chandler, D. (2016). *Strategic corporate social responsibility: Sustainable value creation* (4. Aufl.). Sage. https://archive.org/details/strategiccorpora0000chan_d2m5
- Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR website reporting. *Business & Society*, 44(4), 415-441. <https://doi.org/10.1177/0007650305281658>
- Chatzopoulou, E.-C., Manolopoulos, D., & Agapitou, V. (2022). Corporate social responsibility and employee outcomes: Interrelations of external and internal orientations with job satisfaction and organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 179(3), 795-817. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04872-7>
- Chaudhary, R., & Akhouri, A. (2018). Linking corporate social responsibility attributions and creativity: Modeling work engagement as a mediator. *Journal of Cleaner Production*, 190, 809-821. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.187>
- Chicco, D., Tötsch, N., & Jurman, G. (2021). The Matthews correlation coefficient (MCC) is more reliable than balanced accuracy, bookmaker informedness, and markedness in two-class confusion matrix evaluation. *Bio Data Mining*, 14(1), 1-22. <https://doi.org/10.1186/s13040-021-00244-z>
- Choi, Y. H., Myung, J. K., & Kim, J. D. (2018). The effect of employees' perceptions of CSR activities on employee deviance: The mediating role of anomie. *Sustainability*, 10(3), 601. <https://doi.org/10.3390/su10030601>
- Chowdhury, R. (2021). Critical essay: (In)sensitive violence, development, and the smell of the soil: Strategic decision-making of what? *Human Relations*, 74(1), 131-152. <https://doi.org/10.1177/0018726719874863>
- Chugh, A., Bassi, S., Nazar, G. P., Bhojani, U., Alexander, C., Lal, P., Gupta, P. C., & Arora, M. (2020). Tobacco industry interference index: Implementation of the World Health Organization's framework convention on tobacco control article 5.3 in India. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 32(4), 172-178. <https://doi.org/10.1177/1010539520917793>
- Cixous, H. (1976). The laugh of the medusa. Übers. K. Cohen & P. Cohen. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 1(4), 875-893.
- Cixous, H. (1981). Castration or decapitation? Übers. A. Kuhn. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 7(1), 41-55.
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271994>
- Clauß, T. (2013). *Strategische Zusammenarbeit mit Zulieferern: Empirische Befunde zur Governance im Kontext von Zielsetzung und Beziehung*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02190-0>
- Clikeman, P. M. (2004). Return of the socially conscious corporation: How can you reap the rewards of good corporate citizenry? *Strategic Finance*, 8(10), 22-27.
- Cochran, P. L., & Wood, R. A. (1984). Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, 27(1), 42-56. <https://doi.org/10.5465/255956>
- Coleman, G. (2002). Gender, power and post-structuralism in corporate citizenship: A per-

- sonal perspective on theory and change. *The Journal of Corporate Citizenship*, 5, 17-25.
- Comyns, B., & Franklin-Johnson, E. (2018). Corporate reputation and collective crises: A theoretical development using the case of Rana Plaza. *Journal of Business Ethics*, 150(1), 159-183. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3160-4>
- Connell, R. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Cook, A., & Glass, C. (2018). Women on corporate boards: Do they advance corporate social responsibility? *Human Relations*, 71(7), 897-924. <https://doi.org/10.1177/0018726717729207>
- Cook, J., & Burchell, J. (2018). Bridging the gaps in employee volunteering: Why the third sector doesn't always win. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47(1), 165-184. <https://doi.org/10.1177/0899764017734649>
- Cooren F. (2010) *Action and agency in dialogue: Passion, incarnation, and ventriloquism*. John Benjamins.
- Cooren, F., Kuhn, T., Cornelissen, J. P., & Clark, T. (2011). Communication, organizing and organization: An overview and introduction to the special issue. *Organization Studies*, 32(9), 1149-1170. <https://doi.org/10.1177/0170840611410836>
- Crane, A., & Matten, D. (2004). *Business ethics: A European perspective; Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press.
- Crane, D. (1969). Social structure in a group of scientists: A test of the "Invisible College" hypothesis. *American Sociological Review*, 34(3), 335-352. <https://doi.org/10.2307/2092499>
- Crane, D. (1970). The nature of scientific communication and influence. *International Social Science Journal*, 22(1), 28-41.
- Crane, D. (1972). *Invisible colleges; Diffusion of knowledge in scientific communities*. University of Chicago Press.
- Crotty, M. J. (1998). *The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process*. Sage.
- Dahlerup, D. (2006). The story of the theory of critical mass. *Politics & Gender*, 2(4), 511-522. <https://doi.org/10.1017/S1743923X0624114X>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>
- Davila, A., Rodriguez-Lluesma, C., & Elvira, M. M. (2018). Engaging stakeholders in emerging economies: The case of multilatinas. *Journal of Business Ethics*, 152(4), 949-964. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3820-7>
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322. <https://doi.org/10.5465/255331>
- Dawkins, C. E. (2002). Corporate welfare, corporate citizenship, and the question of accountability. *Business & Society*, 41(3), 269-291. <https://doi.org/10.1177/0007650302041003002>
- De Bakker, F. G. A., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317. <https://doi.org/10.1177/0007650305278086>
- De George, R. T. (1987). The status of business ethics: Past and future. *Journal of Business Ethics*, 6(3), 201-211. <https://doi.org/10.1007/BF00382865>
- De Jong, M. D. T., Harkink, K. M., & Barth, S. (2018). Making green stuff? Effects of corporate greenwashing on consumers. *Journal of Business and Technical Communication*,

- 32(1), 77-112. <https://doi.org/10.1177/1050651917729863>
- De Roeck, K., & Delobbe, N. (2012). Do environmental CSR initiatives serve organizations' legitimacy in the oil industry? Exploring employees' reactions through organizational identification theory. *Journal of Business Ethics*, 110(4), 397-412. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1489-x>
- De Roeck, K., & Farooq, O. (2018). Corporate social responsibility and ethical leadership: Investigating their interactive effect on employees' socially responsible behaviors. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 923-939. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3656-6>
- De Roeck, K., Marique, G., Stinglhamber, F., & Swaen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility: Mediating roles of overall justice and organisational identification. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(1), 91-112. <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.781528>
- Deetz, S. (1996). Crossroads – Describing differences in approaches to organization science: Rethinking Burrell and Morgan and their legacy. *Organization Science*, 7(2), 191-207. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.2.191>
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Dentchev, N. A. (2009). To what extent is business and society literature idealistic? *Business & Society*, 48(1), 10-38. <https://doi.org/10.1177/0007650307299222>
- Depner, C. (1981). *Towards the further development of feminist psychology*. Mid-winter conference of the association for women in psychology, Boston.
- Devin, B. L., & Lane, A. B. (2014). Communicating engagement in corporate social responsibility: A meta-level construal of engagement. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 436-454. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.956104>
- Devlin, M., & Sheehan, K. (2018). A “Crucial Catch” examining responses to NFL teams' corporate social responsibility messaging on Facebook. *Communication & Sport*, 6(4), 477-498. <https://doi.org/10.1177/2167479517719683>
- Dey, P. K., Petridis, N. E., Petridis, K., Malesios, C., Nixon, J. D., & Ghosh, S. K. (2018). Environmental management and corporate social responsibility practices of small and medium-sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 195, 687-702. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.201>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. <https://doi.org/10.1515/9780691229270-005>
- Doh, J. P., & Guay, T. R. (2006). Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 47-73. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00582.x>
- Donaghey, J., & Reinecke, J. (2018). When industrial democracy meets corporate social responsibility – A comparison of the Bangladesh accord and alliance as responses to the Rana Plaza disaster. *British Journal of Industrial Relations*, 56(1), 14-42. <https://doi.org/10.1111/bjir.12242>
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252-284. <https://doi.org/10.5465/amr.1994.9410210749>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136.

- <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Drisko, J. W. (2020). Qualitative research synthesis: An appreciative and critical introduction. *Qualitative Social Work*, 19(4), 736-753. <https://doi.org/10.1177/1473325019848808>
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8-19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>
- Dunfee, T. W. (2008). Stakeholder theory: Managing corporate social responsibility in a multiple actor context. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 346-362). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0015>
- Duthler, G., & Dhanesh, G. S. (2018). The role of corporate social responsibility (CSR) and internal CSR communication in predicting employee engagement: Perspectives from the United Arab Emirates (UAE). *Public Relations Review*, 44(4), 453-462. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.04.001>
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517-554. <https://doi.org/10.5465/256405>
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2001). The leadership styles of women and men. *Journal of Social Issues*, 57(4), 781-797. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00241>
- Ehrnström-Fuentes, M. (2016). Delinking legitimacies: A pluriversal perspective on political CSR. *Journal of Management Studies*, 53(3), 433-462. <https://doi.org/10.1111/joms.12173>
- Ehsan, S., Nazir, M. S., Nurunnabi, M., Raza Khan, Q., Tahir, S., & Ahmed, I. (2018). A multimethod approach to assess and measure corporate social responsibility disclosure and practices in a developing economy. *Sustainability*, 10(8), 2955. <https://doi.org/10.3390/su10082955>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.2307/258557>
- Eisenhardt, K. M. (1991). Better stories and better constructs: The case for rigor and comparative logic. *Academy of Management Review*, 16(3), 620-627. <https://doi.org/10.2307/258921>
- El Akremi, A., Gond, J.-P., Swaen, V., De Roeck, K., & Igalens, J. (2018). How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale. *Journal of Management*, 44(2), 619-657. <https://doi.org/10.1177/0149206315569311>
- El-Bassiouny, D., & Letmathe, P. (2018). The adoption of CSR practices in Egypt: Internal efficiency or external legitimation? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(5), 642-665. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-10-2017-0126>
- El-Bassiouny, N., Darrag, M., & Zahran, N. (2018). Corporate social responsibility (CSR) communication patterns in an emerging market. *Journal of Organizational Change Management*, 31(4), 795-809. <https://doi.org/10.1108/jocm-03-2017-0087>
- El-Kassar, A.-N., ElGammal, W., & Fahed-Sreih, J. (2018). Engagement of family members, corporate governance and social responsibility in family-owned enterprises. *Journal of Organizational Change Management*, 31(1), 215-229. <https://doi.org/10.1108/jocm-06-2017-0238>

- Elkington, J. (1999). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Ellen, P. S., Webb, D. J., & Mohr, L. A. (2006). Building corporate associations: Consumer attributions for corporate socially responsible programs. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 147-157. <https://doi.org/10.1177/0092070305284976>
- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-114. <https://doi.org/10.2307/41165254>
- Europäische Kommission (2011). *Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR), Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, KOM(2011) 681*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=DE>
- Fairclough, N. (1993). Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities. *Discourse & Society*, 4(2), 133-168. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002002>
- Fairclough, N. (2009). A dialectical-relational approach to critical discourse analysis in social research. In R. W. M. Meyer (Hrsg.), *Methods for critical discourse analysis* (2. Aufl., S. 162-187). Sage.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 563-580. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1928-3>
- Farooq, O., Rupp, D. E., & Farooq, M. (2017). The multiple pathways through which internal and external corporate social responsibility influence organizational identification and multifoci outcomes: The moderating role of cultural and social orientations. *Academy of Management Journal*, 60(3), 954-985. <https://doi.org/10.5465/amj.2014.0849>
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92. <https://doi.org/10.1177/160940690600500107>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Flammer, C. (2018). Competing for government procurement contracts: The role of corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39(5), 1299-1324. <https://doi.org/10.1002/smj.2767>
- Fleming, P., & Jones, M. T. (2013). *The end of corporate social responsibility: Crisis & critique*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446251935>
- Fontana, E. (2018). Corporate social responsibility as stakeholder engagement: Firm-NGO collaboration in Sweden. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 327-338. <https://doi.org/10.1002/csr.1463>
- Fordham, A. E., & Robinson, G. M. (2018). Mechanisms of change: Stakeholder engagement in the Australian resource sector through CSR. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 674-689. <https://doi.org/10.1002/csr.1485>
- Forehand, M. R., & Grier, S. (2003). When is honesty the best policy? The effect of stated company intent on consumer skepticism. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 349-356. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_15
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Forster, N. (1994). The analysis of company documentation. In C. Cassell, & G. Symon

- (Hrsg.), *Qualitative methods in organizational research: A practical guide* (S. 147-166). Sage.
- Fortunato, J. A. (2018). Understanding a non-causality crisis response: Examining the Florida Panthers response to hurricane Irma. *Public Relations Review*, 44(5), 776-783. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.09.001>
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge*. Pantheon.
- Francis, B., Harper, P., & Kumar, S. (2018). The effects of institutional corporate social responsibility on bank loans. *Business & Society*, 57(7), 1407-1439. <https://doi.org/10.1177/0007650316647952>
- Freeman, L. C. (1978). Centrality in social networks conceptual clarification. *Social Networks*, 1(3), 215-239. [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(78\)90021-7](https://doi.org/10.1016/0378-8733(78)90021-7)
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421. <https://doi.org/10.2307/3857340>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 3(1), 403-445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder theory and “The Corporate Objective Revisited”. *Organization Science*, 15(3), 364-369. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0066>
- Frerichs, I. M., & Dirks, A. (o. D.). Welcome the machine: AI as a servant of qualitative organizational researchers, unveröffentlichtes Manuskript.
- Frerichs, I. M., & Teichert, T. (2023). Research streams in corporate social responsibility literature: A bibliometric analysis. *Management Review Quarterly*, 73(1), 231-261. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00237-6>
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, September, 13, 32-33.
- Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 1-31.
- Frynas, J. G., & Stephens, S. (2015). Political corporate social responsibility: Reviewing theories and setting new agendas. *International Journal of Management Reviews*, 17(4), 483-509. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12049>
- Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258-285. <https://doi.org/10.1111/beer.12115>
- Gagalyuk, T., Valentinov, V., & Schaft, F. (2018). The corporate social responsibility of Ukrainian agroholdings: The stakeholder approach revisited. *Systemic Practice and Action Research*, 31(6), 675-698. <https://doi.org/10.1007/s11213-018-9448-9>
- Galtung, J. (1990). Cultural violence. *Journal of Peace Research*, 27(3), 291-305. <https://doi.org/10.1177/0022343390027003005>
- García-Sánchez, I. M., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2018). Board of directors and CSR in banking: The moderating role of bank regulation and investor protection strength. *Australian Accounting Review*, 28(3), 428-445. <https://doi.org/10.1111/auar.12199>
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Gharleghi, B., Afshar Jahanshahi, A., & Nawaser, K. (2018). The outcomes of corporate social responsibility to employees: Empirical evidence from a developing country. *Sustainability*, 10(3), 698. <https://doi.org/10.3390/su10030698>

- Ghosh, K. (2018). How and when do employees identify with their organization? Perceived CSR, first-party (in) justice, and organizational (mis) trust at workplace. *Personnel Review*, 47(5), 1152-1171. <https://doi.org/10.1108/PR-08-2017-0237>
- Gianfelici, C., Casadei, A., & Cembali, F. (2018). The relevance of nationality and industry for stakeholder salience: An investigation through integrated reports. *Journal of Business Ethics*, 150(2), 541-558. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3194-7>
- Giddens, A. (1989). *Sociology*. Polity Press.
- Gilbert, B., James, A., & Shogren, J. F. (2018). Corporate apology for environmental damage. *Journal of Risk and Uncertainty*, 56(1), 51-81. <https://doi.org/10.1007/s11166-018-9276-4>
- Gilbert, N. G. (1977). Referencing as persuasion. *Social Studies of Science*, 7(1), 113-122. <https://doi.org/10.1177/030631277700700112>
- Gioia, D. A., & Pitre, E. (1990). Multiparadigm perspectives on theory building. *Academy of Management Review*, 15(4), 584-602. <https://doi.org/10.5465/amr.1990.4310758>
- Glavas, A., & Kelley, K. (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes. *Business Ethics Quarterly*, 24(2), 165-202. <https://doi.org/10.5840/beq20143206>
- Godfrey, P. C., Merrill, C. B., & Hansen, J. M. (2009). The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: An empirical test of the risk management hypothesis. *Strategic Management Journal*, 30(4), 425-445. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/smj.750>
- Gond, J.-P., Cabantous, L., & Krikorian, F. (2018). How do things become strategic? “Strategifying” corporate social responsibility. *Strategic Organization*, 16(3), 241-272. <https://doi.org/10.1177/1476127017702819>
- Gond, J.-P., El Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 225-246. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.2170>
- Gond, J.-P., & Matten, D. (2007). *Rethinking the business-society interface: Beyond the functionalist trap*. ICCSR Research Paper Series, 47, Nottingham University Business School.
- Gond, J.-P., Mena, S., & Mosonyi, S. (2023). The performativity of literature reviewing: Constituting the corporate social responsibility literature through re-presentation and intervention. *Organizational Research Methods*, 26(2), 195-228. <https://doi.org/10.1177/1094428120935494>
- Gond, J.-P., & Moon, J. (2011). *Corporate social responsibility in retrospect and prospect: Exploring the life-cycle of an essentially contested concept*. ICCSR Research Paper Series, 59, Nottingham University Business School.
- Goswami, A., O'Brien, K. E., Dawson, K. M., & Hardiman, M. E. (2018). Mechanisms of corporate social responsibility: The moderating role of transformational leadership. *Ethics & Behavior*, 28(8), 644-661. <https://doi.org/10.1080/10508422.2018.1467764>
- Graafland, J. (2018). Does corporate social responsibility put reputation at risk by inviting activist targeting? An empirical test among European SMEs. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.1422>
- Graddy-Reed, A. (2018). Do hybrid firms out-provide traditional business structures? An examination of prosocial behavior in North Carolina firms. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47(6), 1223-1248. <https://doi.org/10.1177/0899764018786468>
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), 254-280. <https://doi.org/10.1177/000765030003900302>

- Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. (2011). Institutional complexity and organizational responses. *Academy of Management Annals*, 5(1), 317-371. <https://doi.org/10.5465/19416520.2011.590299>
- Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research. *Business & Society*, 36(1), 5-31. <https://doi.org/10.1177/000765039703600102>
- Griffin, J. J., & Youm, Y. N. (2018). Voluntarily disclosing prosocial behaviors in Korean firms. *Journal of Business Ethics*, 153(4), 1017-1030. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3915-1>
- Griffin, P. A., & Sun, E. Y. (2018). Voluntary corporate social responsibility disclosure and religion. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(1), 63-94. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2017-0014>
- Grosser, K., & Moon, J. (2019). CSR and feminist organization studies: Towards an integrated theorization for the analysis of gender issues. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 321-342. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3510-x>
- Grosser, K., & Tyler, M. (2022). Sexual harassment, sexual violence and CSR: Radical feminist theory and a human rights perspective. *Journal of Business Ethics*, 177(2), 217-232. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04724-w>
- Hafez, M. (2018). Measuring the impact of corporate social responsibility practices on brand equity in the banking industry in Bangladesh: The mediating effect of corporate image and brand awareness. *International Journal of Bank Marketing*, 36(5), 806-822. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0072>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5. Aufl.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7. Aufl.). Pearson.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277628>
- Hanlon, G. (2008). Rethinking corporate social responsibility and the role of the firm – On the denial of politics. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 156-172). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0007>
- Hardy, C., Bhakoo, V., & Maguire, S. (2020). A new methodology for supply chain management: Discourse analysis and its potential for theoretical advancement. *Journal of Supply Chain Management*, 56(2), 19-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jscm.12222>
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014. <https://doi.org/10.2307/258963>
- Hasan, I., Kobeissi, N., Liu, L., & Wang, H. (2018). Corporate social responsibility and firm financial performance: The mediating role of productivity. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 671-688. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3066-1>
- Hassard, J., & Kelemen, M. (2002). Production and consumption in organizational knowledge: The case of the “Paradigms Debate”. *Organization*, 9(2), 331-355. <https://doi.org/10.1177/1350508402009002911>
- Hategan, C.-D., Sirghi, N., Curea-Pitorac, R.-I., & Hategan, V.-P. (2018). Doing well or doing good: The relationship between corporate social responsibility and profit in Romanian companies. *Sustainability*, 10(4), 1041. <https://doi.org/10.3390/su10041041>
- Haustein, S., & Larivière, V. (2015). The use of bibliometrics for assessing research: Possibilities, limitations and adverse effects. In I. M. Welp, J. Wollersheim, S. Ringelhan, & M. Osterloh (Hrsg.), *Incentives and performance: Governance of research organiza-*

- tions (S. 121-139). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-09785-5_8
- Hay, R., & Gray, E. (1974). Social responsibilities of business managers. *Academy of Management Journal*, 17(1), 135-143. <https://doi.org/10.5465/254777>
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Case Western Reserve University Press.
- Helfaya, A., Kotb, A., & Hanafi, R. (2018). Qur'anic ethics for environmental responsibility: Implications for business practice. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 1105-1128. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3195-6>
- Hemingway, C. A., & Starkey, K. (2018). A falling of the veils: Turning points and momentous turning points in leadership and the creation of CSR. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 875-890. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3659-3>
- Hiatt, S. R., Sine, W. D., & Tolbert, P. S. (2009). From Pabst to Pepsi: The deinstitutionalization of social practices and the creation of entrepreneurial opportunities. *Administrative Science Quarterly*, 54(4), 635-667. <https://doi.org/10.2189/asqu.2009.54.4.635>
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22(2), 125-139. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200101\)22:2<125::AID-SMJ150>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200101)22:2<125::AID-SMJ150>3.0.CO;2-H)
- Hoffmann, J. (2018). Talking into (non) existence: Denying or constituting paradoxes of corporate social responsibility. *Human Relations*, 71(5), 668-691. <https://doi.org/10.1177/0018726717721306>
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2018). Community social capital and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 647-665. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3335-z>
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Homer, S. T., & Gill, C. M. H. D. (2022). How corporate social responsibility is described in keywords: An analysis of 144 CSR definitions across seven decades. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/09721509221101141>
- Hong, S., & Kim, T. K. (2018). Public-private partnership meets corporate social responsibility – The case of H-JUMP school. *Public Money & Management*, 38(4), 297-304. <https://doi.org/10.1080/09540962.2018.1449476>
- Hossfeld, H., & Wolfslast, M. (2022). Text classification in organizational research – A hybrid approach combining dictionary content analysis and supervised machine learning techniques. *Management Revue*, 33(1), 59-81. <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2022-1-59>
- Hunoldt, M., Oertel, S., & Galander, A. (2020). Being responsible: How managers aim to implement corporate social responsibility. *Business & Society*, 59(7), 1441-1482. <https://doi.org/10.1177/0007650318777738>
- Hur, W. M., Kim, H., & Kim, H. K. (2018a). Does customer engagement in corporate social responsibility initiatives lead to customer citizenship behaviour? The mediating roles of customer-company identification and affective commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1258-1269. <https://doi.org/10.1002/csr.1636>
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Lee, H. G. (2018b). Employee engagement in CSR initiatives and customer-directed counterproductive work behavior (CWB): The mediating roles of organizational civility norms and job calling. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1087-1098. <https://doi.org/10.1002/csr.1522>
- Hurst, B., Roper, J., & George, M. (2019). Can corporations take political roles [and should they]? The case of Papua New Guinea and the extractive industry. *Resources Policy*,

- 64, 101518. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.101518>
- Husted, B. W. (2015). Corporate social responsibility practice from 1800-1914: Past initiatives and current debates. *Business Ethics Quarterly*, 25(1), 125-141. <https://doi.org/10.1017/beq.2014.1>
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2006). Corporate social responsibility in the multinational enterprise: Strategic and institutional approaches. *Journal of International Business Studies*, 37(6), 838-849. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400227>
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms: Lessons from the Spanish experience. *Long Range Planning*, 40(6), 594-610. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lrp.2007.07.001>
- Idemudia, U. (2018). Shell-NGO partnership and peace in Nigeria: Critical insights and implications. *Organization & Environment*, 31(4), 384-405. <https://doi.org/10.1177/1086026617718428>
- Iqbal, S., Farid, T., Ma, J., Khattak, A., & Nurunnabi, M. (2018). The impact of authentic leadership on organizational citizenship behaviours and the mediating role of corporate social responsibility in the banking sector of Pakistan. *Sustainability*, 10(7), 2170. <https://doi.org/10.3390/su10072170>
- Jackson, G., & Apostolakou, A. (2010). Corporate social responsibility in Western Europe: An institutional mirror or substitute? *Journal of Business Ethics*, 94(3), 371-394. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0269-8>
- Jackson, N., & Carter, P. (1991). In defence of paradigm incommensurability. *Organization Studies*, 12(1), 109-127. <https://doi.org/10.1177/017084069101200107>
- Jackson, N., & Carter, P. (1993). "Paradigm Wars": A response to Hugh Willmott. *Organization Studies*, 14(5), 721-725. <https://doi.org/10.1177/017084069301400505>
- Jäger, S. (2004). *Kritische Diskursanalyse: Eine Einführung* (4. Aufl.). Unrast-Verlag.
- Jenkins, H. (2006). Small business champions for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 241-256. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9182-6>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Ji, Y. G., Weiting, T., & Hyejoon, R. (2022). Theoretical insights of CSR research in communication from 1980 to 2018: A bibliometric network analysis. *Journal of Business Ethics*, 177(2), 327-349. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04748-w>
- Jones, C. (2003). As if business ethics were possible, "Within Such Limits". *Organization*, 10(2), 223-248. <https://doi.org/10.1177/1350508403010002003>
- Jones, D. A. (2010). Does serving the community also serve the company? Using organizational identification and social exchange theories to understand employee responses to a volunteerism programme. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(4), 857-878. <https://doi.org/10.1348/096317909X477495>
- Jones, E. E., & Davis, K. E. (1965). From acts to dispositions the attribution process in person perception. In L. Berkowitz (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology* (2. Aufl., S. 219-266). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60107-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60107-0)
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(3), 59-67. <https://doi.org/10.2307/41164877>
- Jones, T. M. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 20(2), 404-437. <https://doi.org/10.2307/258852>
- Joseph, J., Maon, F., & Berti, M. (2024). Organizing for peace: The organizational behaviors of business amid conflict. *Business Horizons*, 67(6), 699-710. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.07.009>
- Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311.
- Jung, J. C., & Lee, K.-P. (2018). Host country sourcing of multinational enterprises: A corpo-

- rate social responsibility perspective. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 683-701. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3333-1>
- Kabeer, N. (2004). Globalization, labor standards, and women's rights: Dilemmas of collective (in)action in an interdependent world. *Feminist Economics*, 10(1), 3-35. <https://doi.org/10.1080/1354570042000198227>
- Kalaitzi, S., Czabanowska, K., Fowler-Davis, S., & Brand, H. (2017). Women leadership barriers in healthcare, academia and business. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 36(5), 457-474. <https://doi.org/10.1108/EDI-03-2017-0058>
- Kang, S., Han, S. J., & Bang, J. (2018). The fit between employees' perception and the organization's behavior in terms of corporate social responsibility. *Sustainability*, 10(5), 1650. <https://doi.org/10.3390/su10051650>
- Kanter, R. M. (1977). *Men and women of the corporation*. Basic Books.
- Kaufman, B. E. (2000). The early institutionalists on industrial democracy and union democracy. *Journal of Labor Research*, 21(2), 189-209. <https://doi.org/10.1007/s12122-000-1043-y>
- Kaufmann, L. (2022). Feminist epistemology and business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 32(4), 546-572. <https://doi.org/10.1017/beq.2021.33>
- Kelley, H. H. (1973). The processes of causal attribution. *American Psychologist*, 28(2), 107-128. <https://doi.org/10.1037/h0034225>
- Khan, H. u. R., Ali, M., Olya, H. G. T., Zulqarnain, M., & Khan, Z. R. (2018). Transformational leadership, corporate social responsibility, organizational innovation, and organizational performance: Symmetrical and asymmetrical analytical approaches. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1270-1283. <https://doi.org/10.1002/csr.1637>
- Khan, S. N. (2018). Making sense of the black box: An empirical analysis investigating strategic cognition of CSR strategists in a transitional market. *Journal of Cleaner Production*, 196, 916-926. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.075>
- Kieser, A., & Walgenbach, P. (2010). *Organisation* (6. Aufl.). Schäffer-Poeschel.
- Kim, K., Byon, K. K., Song, H., & Kim, K. (2018a). Internal contributions to initiating corporate social responsibility in sport organizations. *Management Decision*, 56(8), 1804-1817. <https://doi.org/10.1108/md-04-2017-0369>
- Kim, B., Lee, S., & Kang, K. H. (2018b). The moderating role of CEO narcissism on the relationship between uncertainty avoidance and CSR. *Tourism Management*, 67, 203-213. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.018>
- Kim, B.-J., Nurunnabi, M., Kim, T.-H., & Jung, S.-Y. (2018c). The influence of corporate social responsibility on organizational commitment: The sequential mediating effect of meaningfulness of work and perceived organizational support. *Sustainability*, 10(7), 2208. <https://doi.org/10.3390/su10072208>
- Kim, B.-J., Nurunnabi, M., Kim, T.-H., & Kim, T. (2018d). Doing good is not enough, you should have been authentic: Organizational identification, authentic leadership and CSR. *Sustainability*, 10(6), 2026. <https://doi.org/10.3390/su10062026>
- Kim, H.-R., Lee, M., Lee, H.-T., & Kim, N.-M. (2010). Corporate social responsibility and employee-company identification. *Journal of Business Ethics*, 95(4), 557-569. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0440-2>
- Kim, M.-S., & Thapa, B. (2018). Relationship of ethical leadership, corporate social responsibility and organizational performance. *Sustainability*, 10(2), 447. <https://doi.org/10.3390/su10020447>
- Kim, M.-S., Thapa, B., & Holland, S. (2018e). Drivers of perceived market and eco-performance in the foodservice industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 720-739. <https://doi.org/10.1108/ijchm-07-2016-0361>
- Ko, S.-H., Moon, T.-W., & Hur, W.-M. (2018). Bridging service employees' perceptions of

- CSR and organizational citizenship behavior: The moderated mediation effects of personal traits. *Current Psychology*, 37(4), 816-831. <https://doi.org/10.1007/s12144-017-9565-0>
- Kobayashi, K., Eweje, G., & Tappin, D. (2018). Employee wellbeing and human sustainability: Perspectives of managers in large Japanese corporations. *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 801-810. <https://doi.org/10.1002/bse.2032>
- Kornau, A., Frerichs, I. M., & Sieben, B. (2020). An empirical analysis of research paradigms within international human resource management: The need for more diversity. *German Journal of Human Resource Management*, 34(2), 148-177. <https://doi.org/10.1177/2397002220908035>
- Kostova, T., & Zaheer, S. (1999). Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise. *Academy of Management Review*, 24(1), 64-81. <https://doi.org/10.2307/259037>
- Krell, G., & Sieben, B. (2007). Diversity Management und Personalforschung. In G. Krell, B. Riedmüller, B. Sieben, & D. Vinz (Hrsg.), *Diversity studies: Grundlagen und disziplinäre Ansätze* (S. 235-254). Campus-Verlag.
- Krlev, G., Hannigan, T., & Spicer, A. (2025). What makes a good review article? Empirical evidence from management and organization research. *Academy of Management Annals*, 19(1), 376-403. <https://doi.org/10.5465/annals.2021.0051>
- Krumm, I. (2016). *Konzeptionen der organisationalen Identität: Eine theorienpluralistische Perspektive zum Verhältnis von Organisation und Individuum*. Rainer Hampp Verlag.
- Kudlak, R., Szöcs, I., Krumay, B., & Martinuzzi, A. (2018). The future of CSR – Selected findings from a Europe-wide delphi study. *Journal of Cleaner Production*, 183, 282-291. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.119>
- Kuhn, T. (1970). *The nature of scientific revolutions*. University of Chicago Press.
- Kuhn, T., & Deetz, S. (2008). Critical theory and corporate social responsibility: Can/should we get beyond cynical reasoning? In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 173-196). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0008>
- Kuhn, T. S. (1979). *The structure of scientific revolutions* (4. Aufl.). Suhrkamp.
- Kuntner, T., & Teichert, T. (2016). The scope of price promotion research: An informetric study. *Journal of Business Research*, 69(8), 2687-2696. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.11.004>
- Kurland, N. (2018). ESOP plus benefit corporation: Ownership culture with benefit accountability. *California Management Review*, 60(4), 51-73. <https://doi.org/10.1177/0008125618778853>
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1995). *Hegemonie und radikale Demokratie*. Passagen Verlag.
- Lane, A. B., & Devin, B. (2018). Operationalizing stakeholder engagement in CSR: A process approach. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(3), 267-280. <https://doi.org/10.1002/csr.1460>
- Lange, D., & Washburn, N. T. (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300-326. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0522>
- Larsen, J., Wallace, P., Sim, F., Chick, J., Jarvis, S., Lidington, I., Neidle, S., Ogden, G., & Owens, L. (2018). Accuracy of alcohol and breast cancer risk information on Drinkaware's website. *Drug and Alcohol Review*, 37(3), 304-306. <https://doi.org/10.1111/dar.12676>
- Laske, S., & Weiskopf, R. (1996). Personalauswahl – Was wird denn da gespielt? Ein Plädoyer für einen Perspektivenwechsel. *German Journal of Human Resource Management*, 10(4), 295-330. <https://doi.org/10.1177/239700229601000401>

- Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
- Latino, S., Giles, A. R., Rynne, S., & Hayhurst, L. (2022). Extractives companies' social media portrayals of their funding of sport for development in indigenous communities in Canada and Australia. *Communication & Sport*, 10(6), 1188-1209. <https://doi.org/10.1177/21674795211069578>
- Lau, A. K. W., Lee, P. K. C., & Cheng, T. C. E. (2018). An empirical taxonomy of corporate social responsibility in China's manufacturing industries. *Journal of Cleaner Production*, 188, 322-338. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.010>
- Lauwo, S. (2018). Challenging masculinity in CSR disclosures: Silencing of women's voices in Tanzania's mining industry. *Journal of Business Ethics*, 149, 689-706. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3047-4>
- Lawrence, T. B., & Suddaby, R. (2006). Institutions and institutional work. In C. C. R. Stuart, T. Hardy, B. Lawrence and W. R. & Nord (Hrsg.), *The Sage handbook of organization studies* (2. Aufl., S. 215-254). Sage.
- Lawrence, T. B., Suddaby, R., & Leca, B. (2009). *Institutional work: Actors and agency in institutional studies of organizations*. Cambridge University Press.
- Lechuga Sancho, M. P., Martínez-Martínez, D., Larran Jorge, M., & Herrera Madueño, J. (2018). Understanding the link between socially responsible human resource management and competitive performance in SMEs. *Personnel Review*, 47(6), 1211-1243. <https://doi.org/10.1108/pr-05-2017-0165>
- Lee, S. P., Heinze, K., & Lu, L. D. (2018a). Warmth, competence, and willingness to donate: How perceptions of partner organizations affect support of corporate social responsibility initiatives in professional sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(1), 23-48. <https://doi.org/10.1177/0193723517731876>
- Lee, J. W., Kim, Y. M., & Kim, Y. E. (2018b). Antecedents of adopting corporate environmental responsibility and green practices. *Journal of Business Ethics*, 148(2), 397-409. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3024-y>
- Lee, C.-J., Wang, R., Lee, C.-Y., Hung, C. C. W., & Hsu, S.-C. (2018c). Board structure and directors' role in preventing corporate misconduct in the construction industry. *Journal of Management in Engineering*, 34(2). [https://doi.org/10.1061/\(asce\)me.1943-5479.0000593](https://doi.org/10.1061/(asce)me.1943-5479.0000593)
- Lee, J., & Parpart, J. L. (2018). Constructing gender identity through masculinity in CSR reports: The South Korean case. *Business Ethics: A European Review*, 27(4), 309-323. <https://doi.org/10.1111/beer.12191>
- Lee, L., & Chen, L. F. (2018). Boosting employee retention through CSR: A configurational analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 948-960. <https://doi.org/10.1002/csr.1511>
- Lee, M., & Marquis, C. (2018). Large corporations, social capital, and community philanthropy. In S. Dorobantu, R. V. Aguilera, J. Luo, & F. J. Milliken (Hrsg.), *Sustainability, stakeholder governance, and corporate social responsibility*, (38. Aufl., S. 197-226). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/s0742-332220180000038013>
- Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Lee, S., & Yoon, J. (2018). Does the authenticity of corporate social responsibility affect employee commitment? *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46(4), 617-632. <https://doi.org/10.2224/sbp.6475>
- Lee, Y.-J., Yoon, H. J., & O'Donnell, N. H. (2018d). The effects of information cues on

- perceived legitimacy of companies that promote corporate social responsibility initiatives on social networking sites. *Journal of Business Research*, 83, 202-214. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.039>
- Lee, Y.-M., & Hu, J.-L. (2018). Integrated approaches for business sustainability: The perspective of corporate social responsibility. *Sustainability*, 10(7), 2318. <https://doi.org/10.3390/su10072318>
- LePine, J. A., & van Dyne, L. (1998). Predicting voice behavior in work groups. *Journal of Applied Psychology*, 83(6), 853-868. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.6.853>
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the impact of firm size on small business social responsibility: A critical review. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 257-273. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9183-5>
- Lesch, M., & McCambridge, J. (2023). Evolution of the major alcohol companies key global policy vehicle through the prism of tax records 2011-19. *Globalization and Health*, 19(1), 34. <https://doi.org/10.1186/s12992-023-00933-w>
- Levitt, T. (1958). The dangers of social-responsibility. *Harvard Business Review*, 36(5), 41-50.
- Lewis, M. W., & Grimes, A. I. (1999). Metatriangulation: Building theory from multiple paradigms. *Academy of Management Review*, 24(4), 672-690. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.2553247>
- Lewis, M. W., & Kelemen, M. L. (2002). Multiparadigm inquiry: Exploring organizational pluralism and paradox. *Human Relations*, 55(2), 251-275. <https://doi.org/10.1177/0018726702055002185>
- Li, M., & Hu, X. (2023). Can labor-standards advocacy by transnational civil society organizations interact with the power of labor to improve labor standards in global supply chains? A case study of the Cambodian garment industry. *Economic and Industrial Democracy*, 44(1), 208-229. <https://doi.org/10.1177/0143831x211066129>
- Lichtenstein, D. R., Drumwright, M. E., & Braig, B. M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68(4), 16-32. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.16.42726>
- Lievrouw, L. A. (1989). The invisible college reconsidered: Bibliometrics and the development of scientific communication theory. *Communication Research*, 16(5), 615-628. <https://doi.org/10.1177/009365089016005004>
- Lii, Y.-S., Ding, M.-C., & Lin, C.-H. (2018). Fair or unfair: The moderating effect of sustainable CSR practices on anticipatory justice, following service failure recovery. *Sustainability*, 10(12), 4548. <https://doi.org/10.3390/su10124548>
- Lim, J. S., & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768-776. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007>
- Limoncelli, S. A. (2024). Business as usual: Framing labour exploitation in the UN global compact. *Globalizations*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/14747731.2024.2407207>
- Lincoln, Y. S. (1985). *Organizational theory and inquiry: The paradigm revolution*. Sage.
- Lingard, H., Cooke, T., & Blismas, N. (2012). Do perceptions of supervisors' safety responses mediate the relationship between perceptions of the organizational safety climate and incident rates in the construction supply chain? *Journal of Construction Engineering and Management*, 138(2), 234-241. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)CO.1943-7862.0000372](https://doi.org/10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0000372)
- Lockett, A., Moon, J., & Visser, W. (2006). Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115-136. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00585.x>
- Loew, T., & Rohde, F. (2013). *CSR und Nachhaltigkeitsmanagement: Definitionen, Ansätze*

- und organisatorische Umsetzung im Unternehmen*. Institute for Sustainability, Berlin.
- Logsdon, J. M., & Wood, D. J. (2002). Business citizenship: From domestic to global level of analysis. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 155-187. <https://doi.org/10.2307/3857809>
- Long, A. (2018). Social work grand challenges: Leaders' perceptions of the potential for partnering with business. *Social Work*, 63(3), 201-209. <https://doi.org/10.1093/sw/swy015>
- López-Fernández, M., Romero-Fernández, P. M., & Aust, I. (2018). Socially responsible human resource management and employee perception: The influence of manager and line managers. *Sustainability*, 10(12), 4614. <https://doi.org/10.3390/su10124614>
- Lueken, G.-L. (1992). *Inkommensurabilität als Problem rationalen Argumentierens*. Frommann-Holzboog.
- Luhmann, N. (1989). *Ecological communication*. University of Chicago Press.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1-18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.001>
- Ma, Z. (2009). The status of contemporary business ethics research: Present and future. *Journal of Business Ethics*, 90(3), 255-265. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0420-6>
- Ma, Z., Liang, D., Yu, K.-H., & Lee, Y. (2012). Most cited business ethics publications: Mapping the intellectual structure of business ethics studies in 2001-2008. *Business Ethics: A European Review*, 21(3), 286-297. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2012.01652.x>
- MacKenzie, R. (2018). "An example for corporate social responsibility": British American Tobacco's response to criticism of its Myanmar subsidiary, 1999-2003. *Asia & Pacific Policy Studies*, 5(2), 298-312. <https://doi.org/10.1002/app5.242>
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Mahon, J. F., & Waddock, S. A. (1992). Strategic issues management: An integration of issue life cycle perspectives. *Business & Society*, 31(1), 19-32. <https://doi.org/10.1177/000765039203100103>
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. T. M. (1999). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469. <https://doi.org/10.1177/0092070399274005>
- Maignan, I., & Ralston, D. A. (2002). Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 497-514. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8491028>
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305. <https://doi.org/10.2307/3556659>
- Marshall, D., Rehme, J., O'Dochartaigh, A., Kelly, S., Boojihawon, R., & Chicksand, D. (2023). Reporting controversial issues in controversial industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 36(9), 483-512. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-07-2020-4684>
- Martinic, M. (2018). The international alliance for responsible drinking's response to Petticrew et al.: 'How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol and cancer'. *Drug and Alcohol Review*, 37(3), 308-309. <https://doi.org/10.1111/dar.12674>
- Martino, F., Brooks, R., Browne, J., Carah, N., Zorbas, C., Corben, K., Saleeba, E., Martin, J., Peeters, A., & Backholer, K. (2021). The nature and extent of online marketing by big food and big alcohol during the COVID-19 pandemic in Australia: Content analysis study. *JMIR Public Health Surveill*, 7(3), e25202. <https://doi.org/10.2196/25202>

- Matiaske, W., & Nienhüser, W. (2004). Sinnprovinzen in der Personalwissenschaft – Befunde einer empirischen Untersuchung. *German Journal of Human Resource Management*, 18(2), 117-138. <https://doi.org/10.1177/239700220401800201>
- Matten, D., & Crane, A. (2005). Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review*, 30(1), 166-179. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.15281448>
- Matten, D., & Moon, J. (2008). “Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193458>
- McDaniel, P. A., Cadman, B., & Malone, R. E. (2018). African media coverage of tobacco industry corporate social responsibility initiatives. *Global Public Health*, 13(2), 129-143. <https://doi.org/10.1080/17441692.2016.1149203>
- McGuire, J. W. (1963). *Business & society*. McGraw-Hill.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3)
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>
- Merkbawi, R., Rhodes, C., & Dalton, B. (2024). Political corporate social irresponsibility and Lebanon’s garbage mountain. *Business & Society*, 63(8), 1757-1793. <https://doi.org/10.1177/00076503241254549>
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. <https://doi.org/10.1086/226550>
- Mi, C., Chang, F., Lin, C., & Chang, Y. (2018). The theory of reasoned action to CSR behavioral intentions: The role of CSR expected benefit, CSR expected effort and stakeholders. *Sustainability*, 10(12), 4462. <https://doi.org/10.3390/su10124462>
- Mirvis, P., & Googins, B. (2018). Engaging employees as social innovators. *California Management Review*, 60(4), 25-50. <https://doi.org/10.1177/0008125618779062>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>
- Mitnick, B. M. (2019). The distinction of fields. *Business & Society*, 58(7), 1309-1333. <https://doi.org/10.1177/0007650317718498>
- Moggi, S., Bonomi, S., & Ricciardi, F. (2018). Against food waste: CSR for the social and environmental impact through a network-based organizational model. *Sustainability*, 10(10), 3515. <https://doi.org/10.3390/su10103515>
- Mohan, A. (2003). *Strategies for the management of complex practices in complex organizations: A study of the transnational management of corporate responsibility*. [Dissertation, University of Warwick].
- Montiel, I. (2008). Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures. *Organization & Environment*, 21(3), 245-269. <https://doi.org/10.1177/1086026608321329>
- Montiel, I., & Delgado-Ceballos, J. (2014). Defining and measuring corporate sustainability: Are we there yet? *Organization & Environment*, 27(2), 113-139. <https://doi.org/10.1177/1086026614526413>

- Moon, T.-W., Hur, W.-M., Ko, S.-H., Kim, J.-W., & Yoon, S.-W. (2014). Bridging corporate social responsibility and compassion at work. *Career Development International*, 19(1), 49-72. <https://doi.org/10.1108/CDI-05-2013-0060>
- Morehouse, J., & Saffer, A. J. (2018). A bibliometric analysis of dialogue and digital dialogic research: Mapping the knowledge construction and invisible colleges in public relations research. *Journal of Public Relations Research*, 30(3), 65-82. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1498343>
- Morgan, G. (1990). Paradigm diversity in organizational research. In J. Hassard & D. Pym (Hrsg.), *The theory and philosophy of organizations* (S. 13-29). Routledge.
- Morgan, G. (1997). *Bilder der Organisation*. Klett-Cotta.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: Stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323-338. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x>
- Morsing, M., Schultz, M., & Nielsen, K. U. (2008). The 'Catch 22' of communicating CSR: Findings from a Danish study. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 97-111. <https://doi.org/10.1080/13527260701856608>
- Mun, E., & Jung, J. (2018). Change above the glass ceiling: Corporate social responsibility and gender diversity in Japanese firms. *Administrative Science Quarterly*, 63(2), 409-440. <https://doi.org/10.1177/0001839217712920>
- Munro, V., Arli, D., & Rundle-Thiele, S. (2018). CSR engagement and values in a pre-emerging and emerging country context. *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1251-1272. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-04-2018-0163>
- Murawski, L. (2021). Gamification in human resource management – Status quo and quo vadis. *German Journal of Human Resource Management*, 35(3), 337-355. <https://doi.org/10.1177/2397002220961796>
- Nadeau, L., & Sacy, H. (2018). Educ'alcohol response to Petticrew et al.: "How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol and cancer". *Drug and Alcohol Review*, 37(3), 307. <https://doi.org/10.1111/dar.12675>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Narvaez, D. (2009). Triune ethics theory and moral personality. In D. Narvaez & D. K. Lapsley (Hrsg.), *Personality, identity and character: Explorations in moral psychology* (S. 136-158). Cambridge University Press.
- Nerur, S. P., Rasheed, A. A., & Natarajan, V. (2008). The intellectual structure of the strategic management field: An author co-citation analysis. *Strategic Management Journal*, 29(3), 319-336. <https://doi.org/10.1002/smj.659>
- Nguyen, N., Priporas, C.-V., McPherson, M., & Manyiwa, S. (2023). CSR-related consumer scepticism: A review of the literature and future research directions. *Journal of Business Research*, 169, 114294. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114294>
- Nie, D., Lämsä, A. M., & Pučetaité, R. (2018). Effects of responsible human resource management practices on female employees' turnover intentions. *Business Ethics: A European Review*, 27(1), 29-41. <https://doi.org/10.1111/beer.12165>
- Nienhüser, W. (2004). Politikorientierte Ansätze des Personalmanagements. In E. Gaugler, W. A. Oechsler, & W. Weber (Hrsg.), *Handwörterbuch des Personalwesens* (3. Aufl., S. 1671-1685). Schäffer-Poeschel.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.
- Nyabakora, W. I., & Mohabir, S. E. (2024). Corporate social responsibility knowledge base:

- A bibliometric analysis. *Modern Finance*, 2(1), 101-120.
<https://doi.org/10.61351/mf.v2i1.123>
- Odriozola, M. D., Martin, A., & Luna, L. (2018). Labour reputation and financial performance: Is there a causal relationship? *Employee Relations*, 40(1), 43-57.
<https://doi.org/10.1108/ER-04-2017-0093>
- Ogunfowora, B., Stackhouse, M., & Oh, W. Y. (2018). Media depictions of CEO ethics and stakeholder support of CSR initiatives: The mediating roles of CSR motive attributions and cynicism. *Journal of Business Ethics*, 150(2), 525-540.
<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3173-z>
- Oh, W.-Y., Chang, Y. K., & Jung, R. (2018). Experience-based human capital or fixed paradigm problem? CEO tenure, contextual influences, and corporate social (ir) responsibility. *Journal of Business Research*, 90, 325-333.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.034>
- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16(1), 145-179. <https://doi.org/10.2307/258610>
- Ong, M., Mayer, D. M., Tost, L. P., & Wellman, N. (2018). When corporate social responsibility motivates employee citizenship behavior: The sensitizing role of task significance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144, 44-59.
<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2017.09.006>
- Oo, E. Y., Jung, H., & Park, I.-J. (2018). Psychological factors linking perceived CSR to OCB: The role of organizational pride, collectivism, and person-organization fit. *Sustainability*, 10(7), 2481. <https://doi.org/10.3390/su10072481>
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
<https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- Osagie, E., Wesseling, R., Runhaar, P., & Mulder, M. (2018). Unraveling the competence development of corporate social responsibility leaders: The importance of peer learning, learning goal orientation, and learning climate. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 891-906. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3638-8>
- Öttl, S. (2014). Zurück in die Zukunft – CSR-as-Practice oder die (Wieder-)Entdeckung der Business-Society Relations durch praxistheoretische CSR-Forschung. *zfwu Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 15(2), 237-262.
<https://doi.org/10.5771/1439-880X-2014-2-237>
- Ozkazanc-Pan, B. (2019). CSR as gendered neocoloniality in the global south. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 851-864. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3798-1>
- Pache, A.-C., & Santos, F. (2010). When worlds collide: The internal dynamics of organizational responses to conflicting institutional demands. *Academy of Management Review*, 35(3), 455-476. <https://doi.org/10.5465/amr.35.3.zok455>
- Pang, A., Lwin, M. O., Ng, C. S.-M., Ong, Y.-K., Chau, S. R. W.-C., & Yeow, K. P.-S. (2018). Utilization of CSR to build organizations' corporate image in Asia: Need for an integrative approach. *Asian Journal of Communication*, 28(4), 335-359.
<https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1420207>
- Papagiannakis, G., & Lioukas, S. (2018). Corporate environmental management: Individual-level drivers and the moderating role of charismatic leadership. *European Management Review*, 15(4), 475-489. <https://doi.org/10.1111/emre.12134>
- Park, B. I., & Cave, A. H. (2018). Corporate social responsibility in international joint ventures: Empirical examinations in South Korea. *International Business Review*, 27(6), 1213-1228. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.05.003>
- Park, S.-Y., Lee, C.-K., & Kim, H. (2018). The influence of corporate social responsibility on travel company employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 178-196. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0372>

- Pasricha, P., Singh, B., & Verma, P. (2018). Ethical leadership, organic organizational cultures and corporate social responsibility: An empirical study in social enterprises. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 941-958. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3568-5>
- Perez, F. J., Romeo, M., & Yepes-Baldó, M. (2018). The corporate social responsibility policies for the inclusion of people with disabilities as predictors of employees' identification, commitment and absenteeism. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 34(1), 101-107. <https://doi.org/10.6018/analesps.34.1.237231>
- Pérez, S., Fernández-Salineró, S., & Topa, G. (2018). Sustainability in organizations: Perceptions of corporate social responsibility and Spanish employees' attitudes and behaviors. *Sustainability*, 10(10), 3423. <https://doi.org/10.3390/su10103423>
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society*, 43(3), 296-319. <https://doi.org/10.1177/0007650304268065>
- Petticrew, M., Maani Hessari, N., Knai, C., & Weiderpass, E. (2018). How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol and cancer. *Drug Alcohol Review*, 37(3), 293-303. <https://doi.org/10.1111/dar.12596>
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Harper & Row.
- Pichler, S., Blazovich, J. L., Cook, K. A., Huston, J. M., & Strawser, W. R. (2018). Do LGBT-supportive corporate policies enhance firm performance? *Human Resource Management*, 57(1), 263-278. <https://doi.org/10.1002/hrm.21831>
- Pickering, A. (1994). *After representation: Science studies in the performative idiom*. PSA: Proceedings of the biennial meeting of the philosophy of science association (S. 413-419). Cambridge University Press.
- Pilkington, A., & Meredith, J. (2009). The evolution of the intellectual structure of operations management – 1980-2006: A citation/co-citation analysis. *Journal of Operations Management*, 27(3), 185-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.08.001>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Poonamallee, L., & Joy, S. (2018). Connecting the micro to the macro: An exploration of micro-behaviors of individuals who drive CSR initiatives at the macro-level. *Frontiers in Psychology*, 9, 2417. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02417>
- Popper, K. R. (1972). Naturgesetze und theoretische Systeme. In H. Albert (Hrsg.), *Theorie und Realität: Ausgewählte Aufsätze zur Wissenschaftslehre der Sozialwissenschaften* (2. Aufl., S. 43-58). More Siebeck.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
- Potdar, B., Guthrie, J., Gnoth, J., & Garry, T. (2018). Yours ethically: The role of corporate social responsibility and employee engagement in shoplifting prevention. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(9), 835-849. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2018-0029>
- Prentice, R. (2021). Labour rights from labour wrongs? Transnational compensation and the spatial politics of labour rights after Bangladesh's Rana Plaza garment factory collapse. *Antipode*, 53(6), 1767-1786. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/anti.12751>

- Preston, L. E. (1975). Corporation and society: The search for a paradigm. *Journal of Economic Literature*, 13(2), 434-453.
- Price, D. J. D. S. (1963). *Little science, big science*. Columbia University Press.
<https://doi.org/doi:10.7312/pric91844>
- Price, D. J. d. S. (1965). Networks of scientific papers. *Science*, 149(3683), 510-515.
<https://doi.org/10.1126/science.149.3683.510>
- Prieto-Carrón, M. (2004). Is there anyone listening? Women workers in factories in Central America, and corporate codes of conduct. *Development*, 47(3), 101-105.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.development.1100058>
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Putnam, L. L., Fairhurst, G. T., & Banghart, S. (2016). Contradictions, dialectics, and paradoxes in organizations: A constitutive approach. *Academy of Management Annals*, 10(1), 65-171. <https://doi.org/10.5465/19416520.2016.1162421>
- Putnam, L. L., & Nicotera, A. M. (2009). *Building theories of organization: The constitutive role of communication*. Routledge.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Quezado, T. C. C., Cavalcante, W. Q. F., Fortes, N., & Ramos, R. F. (2022). Corporate social responsibility and marketing: A bibliometric and visualization analysis of the literature between the years 1994 and 2020. *Sustainability*, 14(3), 1694.
<https://doi.org/10.3390/su14031694>
- Ranjan, S., & Dash, S. (2024). Impact of internal corporate social responsibility: A parallel mediation analysis. *Personnel Review*, 53(1), 119-135. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2020-0354>
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263.
<https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Reilly, A. H., & Larya, N. (2018). External communication about sustainability: Corporate social responsibility reports and social media activity. *Environmental Communication*, 12(5), 621-637. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1424009>
- Richter, U. H., & Arndt, F. F. (2018). Cognitive processes in the CSR decision-making process: A sensemaking perspective. *Journal of Business Ethics*, 148(3), 587-602.
<https://doi.org/10.1007/s10551-015-3011-8>
- Ring, P. S., & Rands, G. P. (1989). Sensemaking, understanding, and committing: Emergent interpersonal transaction processes in the evolution of 3M's microgravity research program. In H. A. A. H. Van de Ven, & M. S. Poole (Hrsg.), *Research on the management of innovation: The Minnesota studies* (S. 337-366). Ballinger/Harper Row.
- Roberts, J. (2001). Corporate governance and the ethics of narcissus. *Business Ethics Quarterly*, 11(1), 109-127. <https://doi.org/10.2307/3857872>
- Romi, A., Cook, K. A., & Dixon-Fowler, H. R. (2018). The influence of social responsibility on employee productivity and sales growth. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(4), 392-421. <https://doi.org/10.1108/sampj-12-2016-0097>
- Rupp, D. E. (2011). An employee-centered model of organizational justice and social responsibility. *Organizational Psychology Review*, 1(1), 72-94.
<https://doi.org/10.1177/2041386610376255>
- Rupp, D. E., Aguinis, H., Siegel, D., Glavas, A., & Aguilera, R. V. (2024). Corporate social responsibility research: An ongoing and worthwhile journey. *Academy of Management Collections*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.5465/amc.2022.0006>
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Or-*

- ganizational Behavior*, 27(4), 537-543. <https://doi.org/10.1002/job.380>
- Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 211-236. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032414-111505>
- Rupp, D. E., Shao, R., Thornton, M. A., & Skarlicki, D. P. (2013). Applicants' and employees' reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity. *Personnel Psychology*, 66(4), 895-933. <https://doi.org/10.1111/peps.12030>
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, 40(3), 534-559. <https://doi.org/10.5465/257052>
- Samuel, A., Taylor, D., White, G. R., & Norris, M. (2018). Unpacking the authenticity gap in corporate social responsibility: Lessons learned from Levi's "Go Forth Braddock" campaign. *Journal of Brand Management*, 25(1), 53-67. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0067-z>
- Sandner, K. (1989). Unternehmenspolitik-Politik im Unternehmen: Zum Begriff des Politischen in der Betriebswirtschaftslehre. In K. Sandner (Hrsg.), *Politische Prozesse in Unternehmen* (S. 45-76). Springer.
- Santos, C., Coelho, A., & Marques, A. (2024). A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders: State of art and future research agenda. *Management Review Quarterly*, 74(3), 1397-1421. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00337-5>
- Sarfraz, M., Qun, W., Abdullah, M. I., & Alvi, A. T. (2018). Employees' perception of corporate social responsibility impact on employee outcomes: Mediating role of organizational justice for small and medium enterprises (SMEs). *Sustainability*, 10(7), 2429. <https://doi.org/10.3390/su10072429>
- Schatzki, T. R. (1996). *Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge University Press.
- Scherer, A. G. (2018). Theory assessment and agenda setting in political CSR: A critical theory perspective. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 387-410. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12137>
- Scherer, A. G. (2006). Kritik der Organisation oder Organisation der Kritik? – Wissenschaftstheoretische Bemerkungen zum kritischen Umgang mit Organisationstheorien. In A. Kieser & M. Ebers (Hrsg.), *Organisationstheorien* (6. Aufl., S. 19-62). Kohlhammer.
- Scherer, A. G., & Marti, E. (2014). Wissenschaftstheorie der Organisationstheorie. In A. Kieser & M. Ebers (Hrsg.), *Organisationstheorien* (7. Aufl., S. 15-42). Kohlhammer.
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2007). Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32(4), 1096-1120. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.26585837>
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2011). The new political role of business in a globalized world: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance, and democracy. *Journal of Management Studies*, 48(4), 899-931. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00950.x>
- Scherer, A. G., & Patzer, M. (2011). Where is the theory in stakeholder theory? A meta-analysis of the pluralism in stakeholder theory. In R. A. Phillips (Hrsg.), *Stakeholder theory. Impacts and prospects* (S. 140-162). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857936349.00012>
- Scherer, A. G., Rasche, A., Palazzo, G., & Spicer, A. (2016). Managing for political corporate social responsibility: New challenges and directions for PCSR 2.0. *Journal of Management Studies*, 53(3), 273-298. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/joms.12203>

- Schoeneborn, D., Blaschke, S., Cooren, F., McPhee, R. D., Seidl, D., & Taylor, J. R. (2014). The three schools of CCO thinking: Interactive dialogue and systematic comparison. *Management Communication Quarterly*, 28(2), 285-316. <https://doi.org/10.1177/0893318914527000>
- Schreck, P., & Raithel, S. (2018). Corporate social performance, firm size, and organizational visibility: Distinct and joint effects on voluntary sustainability reporting. *Business & Society*, 57(4), 742-778. <https://doi.org/10.1177/0007650315613120>
- Schultz, M., & Hatch, M. J. (1996). Living with multiple paradigms: The case of paradigm interplay in organizational culture studies. *Academy of Management Review*, 21(2), 529-557. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9605060221>
- Schulze, D., Heinitz, K., & Lorenz, T. (2018). Comparative organizational research starts with sound measurement: Validity and invariance of Turker's corporate social responsibility scale in five cross-cultural samples. *PLoS One*, 13(11), e0207331. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0207331>
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530. <https://doi.org/10.5840/beq200313435>
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2008). Integrating and unifying competing and complementary frameworks: The search for a common core in the business and society field. *Business & Society*, 47(2), 148-186. <https://doi.org/10.1177/0007650306297942>
- Schwartz, S. H. (2010). Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. In M. Mikulincer & P. R. Shaver (Hrsg.), *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature* (S. 221-241). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12061-012>
- Scott, W. A. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *The Public Opinion Quarterly*, 19(3), 321-325.
- Scott, W. R. (1992). *Organizations: Rational, natural and open systems*. Prentice Hall.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*. Sage.
- Scott, W. R. (2001). *Institutions and organizations* (2. Aufl.). Sage.
- Secchi, D. (2007). Utilitarian, managerial and relational theories of corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 9(4), 347-373. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00215.x>
- Sedita, S. R., Caloffi, A., & Lazzeretti, L. (2020). The invisible college of cluster research: A bibliometric core-periphery analysis of the literature. *Industry and Innovation*, 27(5), 562-584. <https://doi.org/10.1080/13662716.2018.1538872>
- Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38(2), 225-243. <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>
- Sen, S., Bhattacharya, C. B., & Korschun, D. (2006). The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: A field experiment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 158-166. <https://doi.org/10.1177/0092070305284978>
- Serrano-Archimi, C., Reynaud, E., Yasin, H. M., & Bhatti, Z. A. (2018). How perceived corporate social responsibility affects employee cynicism: The mediating role of organizational trust. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 907-921. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3882-6>
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64. <https://doi.org/10.2307/41162149>
- Shachar, I. Y., & Hustinx, L. (2019). Settling the neoliberal contradiction through corporate volunteering: Governing employees in the era of cognitive capitalism. *Journal of Contemporary Ethnography*, 48(6), 773-805. <https://doi.org/10.1177/0891241619828442>

- Shahzad, F., Rehman, I. U., Nawaz, F., & Nawab, N. (2018). Does family control explain why corporate social responsibility affects investment efficiency? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 880-888. <https://doi.org/10.1002/csr.1504>
- Shamir, R. (2005). Mind the gap: The commodification of corporate social responsibility. *Symbolic Interaction*, 28(2), 229-253. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/si.2005.28.2.229>
- Shamir, R. (2008). The age of responsabilization: On market-embedded morality. *Economy and Society*, 37(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/03085140701760833>
- Sharma, S., & Vredenburg, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities. *Strategic Management Journal*, 19(8), 729-753. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199808\)19:8<729::AID-SMJ967>3.0.CO;2-4](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199808)19:8<729::AID-SMJ967>3.0.CO;2-4)
- Shen, J., Kang, H., & Dowling, P. J. (2018). Conditional altruism: Effects of HRM practices on the willingness of host-country nationals to help expatriates. *Human Resource Management*, 57(1), 355-364. <https://doi.org/10.1002/hrm.21844>
- Shin, K.-Y., & Kong, J. (2014). Why does inequality in South Korea continue to rise. *Korean Journal of Sociology*, 48(6), 31-48. <https://doi.org/10.21562/kjs.2014.12.48.6.31>
- Shnayder, L., & Van Rijnsoever, F. J. (2018). How expected outcomes, stakeholders, and institutions influence corporate social responsibility at different levels of large basic needs firms. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1689-1707. <https://doi.org/10.1002/bse.2235>
- Shumate, M., Hsieh, Y. P., & O'Connor, A. (2018). A nonprofit perspective on business-nonprofit partnerships: Extending the symbiotic sustainability model. *Business & Society*, 57(7), 1337-1373. <https://doi.org/10.1177/0007650316645051>
- Sieben, B. (2007a). Themed article: Doing research on emotion and virtual work: A compass to assist orientation. *Human Relations*, 60(4), 561-580. <https://doi.org/10.1177/0018726707078347>
- Sieben, B. (2007b). *Management und Emotionen: Analyse einer ambivalenten Verknüpfung*. Campus Verlag.
- Sieben, B., & Rastetter, D. (2017). Management research on gender and diversity in German-speaking countries: A stock-taking. *Zeitschrift für Diversitätsforschung und-management*, 2(2), 8-23. <https://doi.org/10.3224/zdfm.v2i2.02>
- Sila, I. (2018). Linking quality with social and financial performance: A contextual, ethics-based approach. *Production and Operations Management*, 27(6), 1102-1123. <https://doi.org/10.1111/poms.12857>
- Simionescu, L. N., & Dumitrescu, D. (2018). Empirical study towards corporate social responsibility practices and company financial performance. Evidence for companies listed on the Bucharest stock exchange. *Sustainability*, 10(9), 3141. <https://doi.org/10.3390/su10093141>
- Skarmas, D., & Leonidou, C. N. (2013). When consumers doubt, watch out! The role of CSR skepticism. *Journal of Business Research*, 66(10), 1831-1838. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.004>
- Slack, K. (2012). Mission impossible?: Adopting a CSR-based business model for extractive industries in developing countries. *Resources Policy*, 37(2), 179-184. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2011.02.003>
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269. <https://doi.org/10.1002/asi.4630240406>
- Smith, D. E. (2005). *Institutional ethnography: A sociology for people*. Altamira Press.
- Solomon, R. C. (1992). *Ethics and excellence: Cooperation and integrity in business*. Oxford

- University Press.
- Spivak, G. C. (1988). Can the subaltern speak? In C. N. L. Grossberg (Hrsg.), *Marxism and the interpretation of culture* (S. 271-313). University of Illinois Press.
- Stadler, C. (2023). Was ist Soziometrie? In C. Stadler (Hrsg.), *Soziometrie: Messung, Darstellung, Analyse und Intervention in sozialen Beziehungen* (2. Aufl., S. 27-83). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-42415-2_3
- Stohl, C., & Cheney, G. (2001). Participatory processes/paradoxical practices: Communication and the dilemmas of organizational democracy. *Management Communication Quarterly*, 14(3), 349-407. <https://doi.org/10.1177/0893318901143001>
- Strand, R. (1983). A systems paradigm of organizational adaptations to the social environment. *Academy of Management Review*, 8(1), 90-96. <https://doi.org/10.5465/amr.1983.4287703>
- Suárez-Rico, Y. M., Gómez-Villegas, M., & García-Benau, M. A. (2018). Exploring Twitter for CSR disclosure: Influence of CEO and firm characteristics in Latin American companies. *Sustainability*, 10(8), 2617. <https://doi.org/10.3390/su10082617>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Sun, X., & Gunia, B. C. (2018). Economic resources and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 51, 332-351. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.06.009>
- Surroca, J., Tribó, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31(5), 463-490. <https://doi.org/10.1002/smj.820>
- Swanson, D. L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 20(1), 43-64. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271990>
- Swanson, D. L. (1999). Toward an integrative theory of business and society: A research strategy for corporate social performance. *Academy of Management Review*, 24(3), 506-521. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.2202134>
- Sweeney, A., Clarke, N., & Higgs, M. (2019). Shared leadership in commercial organizations: A systematic review of definitions, theoretical frameworks and organizational outcomes. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 115-136. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12181>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2), 65-93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Tajfel, H. & Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Hrsg.), *Psychology of intergroup relations* (S. 7-24). Nelson-Hall.
- Tang, S., & Demeritt, D. (2018). Climate change and mandatory carbon reporting: Impacts on business process and performance. *Business Strategy and the Environment*, 27(4), 437-455. <https://doi.org/10.1002/bse.1985>
- Tang, Y., Ma, Y., Wong, C., & Miao, X. (2018). Evolution of government policies on guiding corporate social responsibility in China. *Sustainability*, 10(3), 741. <https://doi.org/10.3390/su10030741>
- Tanima, F. A., Brown, J., Wright, J., & Mackie, V. (2023). Taking critical dialogic accountability into the field: Engaging contestation around microfinance and women's empowerment. *Critical Perspectives on Accounting*, 90, 102383. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102383>
- Tao, W., Song, B., Ferguson, M. A., & Kochhar, S. (2018). Employees' prosocial behavioral intentions through empowerment in CSR decision-making. *Public Relations Review*,

- 44(5), 667-680. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.07.002>
- Tate, W. L., & Bals, L. (2018). Achieving shared triple bottom line (TBL) value creation: Toward a social resource-based view (SRBV) of the firm. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 803-826. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3344-y>
- Taylor, J. R., & Van Every, E. J. (2000). *The emergent organization: Communication as its site and surface*. Routledge.
- Teichert, T., & Shehu, E. (2010). Investigating research streams of conjoint analysis: A bibliometric study. *Business Research*, 3(1), 49-68. <https://doi.org/10.1007/BF03342715>
- Theodosiou, A. A., & Read, R. C. (2023). Artificial intelligence, machine learning and deep learning: Potential resources for the infection clinician. *Journal of Infection*, 87(4), 287-294. <https://doi.org/10.1016/j.jinf.2023.07.006>
- Thomas, H. (2021). A “Decent Cuppa”: Worker power and consumer power in the Sri Lankan tea sector. *British Journal of Industrial Relations*, 59(1), 114-138. <https://doi.org/10.1111/bjir.12489>
- Timothy, J. (2018). Portman Group response to Petticrew et al.: “How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol and cancer”. *Drug and Alcohol Review*, 37(3), 310-312. <https://doi.org/10.1111/dar.12673>
- Tomaselli, G., Garg, L., Gupta, V., Xuereb, P. A., Buttigieg, S. C., & Vassallo, P. (2018). Healthcare systems and corporate social responsibility communication: A comparative analysis between Malta and India. *Journal of Global Information Management*, 26(4), 52-66. <https://doi.org/10.4018/jgim.2018100104>
- Touboulis, A., & McCarthy, L. (2020). Collective action in SCM: A call for activist research. *The International Journal of Logistics Management*, 31(1), 3-20. <https://doi.org/10.1108/IJLM-08-2019-0222>
- Trethewey, G. e. A., & Ashcraft, K. L. (2004). Special issue introduction. *Journal of Applied Communication Research*, 32(2), 81-88. <https://doi.org/10.1080/0090988042000210007>
- Tsai, C.-h., & Wu, Y.-N. (2018). What conflict minerals rules tell us about the legal transplantation of corporate social responsibility standards without the state: From the United Nations to the United States to Taiwan. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 38(2), 233-284.
- Tsalis, T. A., Stylianou, M. S., & Nikolaou, I. E. (2018). Evaluating the quality of corporate social responsibility reports: The case of occupational health and safety disclosures. *Safety Science*, 109, 313-323. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2018.06.015>
- Tuan, L. T. (2018). Activating tourists’ citizenship behavior for the environment: The roles of CSR and frontline employees’ citizenship behavior for the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1178-1203. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1330337>
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672. <https://doi.org/10.5465/257057>
- Turker, D. (2009a). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6>
- Turker, D. (2009b). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9993-8>
- Turkina, N. (2024). Neither naïve nor fatalistic: Decolonizing mining partnerships with indigenous communities in Mongolia and Australia. *Business & Society*, 00076503241283802. <https://doi.org/10.1177/00076503241283802>

- Tysiachniouk, M., Henry, L. A., Lamers, M., & van Tatenhove, J. P. (2018). Oil extraction and benefit sharing in an illiberal context: The Nenets and Komi-Izhemtsi indigenous peoples in the Russian Arctic. *Society & Natural Resources*, 31(5), 556-579. <https://doi.org/10.1080/08941920.2017.1403666>
- Utgård, J. (2018). Retail chains' corporate social responsibility communication. *Journal of Business Ethics*, 147, 385-400. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2952-2>
- Valdez-Juárez, L., Gallardo-Vázquez, D., & Ramos-Escobar, E. (2018). CSR and the supply chain: Effects on the results of SMEs. *Sustainability*, 10(7), 2356. <https://doi.org/10.3390/su10072356>
- van der Ploeg, L., & Vanclay, F. (2018). Challenges in implementing the corporate responsibility to respect human rights in the context of project-induced displacement and resettlement. *Resources Policy*, 55, 210-222. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2017.12.001>
- van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as social interaction*. Sage.
- van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95-105. <https://doi.org/10.1023/A:1023331212247>
- van Oosterhout, J., & Heugens, P. P. M. A. R. (2008). Much ado about nothing: A conceptual critique of corporate social responsibility. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 197-223). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0009>
- Vibert, C. (2004). *Theories of macro organizational behavior: A handbook of ideas and explanations*. M. E. Sharpe.
- Visser, W. (2008). Corporate social responsibility in developing countries. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Hrsg.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (S. 473-499). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0021>
- Vlachos, P. A., Panagopoulos, N. G., & Rapp, A. A. (2013). Feeling good by doing good: Employee CSR-induced attributions, job satisfaction, and the role of charismatic leadership. *Journal of Business Ethics*, 118(3), 577-588. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1590-1>
- Vlachos, P. A., Panagopoulos, N. G., & Rapp, A. A. (2014). Employee judgments of and behaviors toward corporate social responsibility: A multi-study investigation of direct, cascading, and moderating effects. *Journal of Organizational Behavior*, 35(7), 990-1017. <https://doi.org/10.1002/job.1946>
- Vlachos, P. A., Tsamakos, A., Vrechopoulos, A. P., & Avramidis, P. K. (2009). Corporate social responsibility: Attributions, loyalty, and the mediating role of trust. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 170-180. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0117-x>
- Vogel, R. (2012). The visible colleges of management and organization studies: A bibliometric analysis of academic journals. *Organization Studies*, 33(8), 1015-1043. <https://doi.org/10.1177/0170840612448028>
- Votaw, D. (1972). Genius becomes rare: A comment on the doctrine of social responsibility Pt. I. *California Management Review*, 15(2), 25-31. <https://doi.org/10.2307/41164415>
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G)
- Walters, R. (2022). Varieties of gender wash: Towards a framework for critiquing corporate social responsibility in feminist IPE. *Review of International Political Economy*, 29(5),

- 1577-1600. <https://doi.org/10.1080/09692290.2021.1935295>
- Waniak-Michalak, H., Sapkauskiene, A., & Leitonienė, S. (2018). Do companies manipulate CSR information to retain legitimacy? *Engineering Economics*, 29(3), 352-360. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.29.3.18946>
- Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-769. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279099>
- Webb, S., & Webb, B. (1897). *Industrial democracy* (2. Aufl.). Longmans, Green, and Company.
- Weick, K. E. (1993). The collapse of sensemaking in organizations: The Mann Gulch disaster. *Administrative Science Quarterly*, 38(4), 628-652. <https://doi.org/10.2307/2393339>
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Sage.
- Weick, K. E., Sutcliffe, K. M., & Obstfeld, D. (2005). Organizing and the process of sense-making. *Organization Science*, 16(4), 409-421. <https://doi.org/10.1287/orsc.1050.0133>
- Wenzel, M., & Will, M. G. (2019). The communicative constitution of academic fields in the digital age: The case of CSR. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 517-533. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.006>
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Werther, W. B., & Chandler, D. (2005). Strategic corporate social responsibility as global brand insurance. *Business Horizons*, 48(4), 317-324. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.11.009>
- Willke, H., & Willke, G. (2008). Corporate moral legitimacy and the legitimacy of morals: A critique of Palazzo/Scherer's communicative framework. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 27-38. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9478-1>
- Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten revisited: Strengthening the concept of organizational identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219-234. <https://doi.org/10.1177/1056492606291200>
- Whittington, R. (1996). Strategy as practice. *Long Range Planning*, 29(5), 731-735. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00068-4](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00068-4)
- Whittington, R. (2003). The work of strategizing and organizing: For a practice perspective. *Strategic Organization*, 1(1), 117-125. <https://doi.org/10.1177/147612700311006>
- Whittington, R., Molloy, E., Mayer, M., & Smith, A. (2006). Practices of strategising/ organising: Broadening strategy work and skills. *Long Range Planning*, 39(6), 615-629. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2006.10.004>
- Wickert, C. (2016). "Political" corporate social responsibility in small- and medium-sized enterprises: A conceptual framework. *Business & Society*, 55(6), 792-824. <https://doi.org/10.1177/0007650314537021>
- Widmar, N. J. O., Morgan, C. J., & Croney, C. C. (2018). Perceptions of social responsibility of prominent animal welfare groups. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 21(1), 27-39. <https://doi.org/10.1080/10888705.2017.1365000>
- Wilcox, T., Greenwood, M., Pullen, A., O'Leary Kelly, A., & Jones, D. (2021). Interfaces of domestic violence and organization: Gendered violence and inequality. *Gender, Work & Organization*, 28(2), 701-721. <https://doi.org/10.1111/gwao.12515>
- Windsor, D. (2006). Corporate social responsibility: Three key approaches. *Journal of Management Studies*, 43(1), 93-114. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00584.x>
- Wisse, B., van Eijbergen, R., Rietzschel, E. F., & Scheibe, S. (2018). Catering to the needs of an aging workforce: The role of employee age in the relationship between corporate social responsibility and employee satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 147(4), 875-888. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2983-8>
- Woo, S. E., Tay, L., & Oswald, F. (2024). Artificial intelligence, machine learning, and big

- data: Improvements to the science of people at work and applications to practice. *Personnel Psychology*, 77(4), 1387-1402. <https://doi.org/10.1111/peps.12643>
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. <https://doi.org/10.2307/258977>
- Wood, D. J., & Logsdon, J. M. (2019). Social issues in management as a distinct field: Corporate social responsibility and performance. *Business & Society*, 58(7), 1334-1357. <https://doi.org/10.1177/0007650316680041>
- Wood, D. J., Logsdon, J. M., Lewellyn, P. G., & Davenport, K. (2006). *Global business citizenship: A transformative framework for ethics and sustainable capitalism*. M. E. Sharpe.
- Xiao, T., Chan, H. K., Ni, W., & Tan, K. H. (2024). Answer to whom? A comparative empirical study on institutional drivers for firms' CSR reporting in China and the United States. *Journal of Business Research*, 182, 114792. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114792>
- Yang, A., & Liu, W. (2018). Corporate environmental responsibility and global online cross-sector alliance network: A cross-national study. *Environmental Communication*, 12(1), 99-114. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1249900>
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5. Aufl.). Sage.
- Yoon, Y., Gürhan-Canli, Z., & Schwarz, N. (2006). The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. *Journal of Consumer Psychology*, 16(4), 377-390. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1604_9
- Youn, H., Lee, K., & Lee, S. (2018). Effects of corporate social responsibility on employees in the casino industry. *Tourism Management*, 68, 328-335. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.018>
- Yu, Y., & Choi, Y. (2016). Stakeholder pressure and CSR adoption: The mediating role of organizational culture for Chinese companies. *The Social Science Journal*, 53(2), 226-235. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2014.07.006>
- Zuccala, A. (2006). Modeling the invisible college. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(2), 152-168. <https://doi.org/10.1002/asi.20256>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

Working Papers des Forschungsclusters OPAL der Helmut-Schmidt-Universität:

01. **Hintze, Astrid 2018:** Entwicklung und Implementierung einer Cluster-Dachmarke - Konzeptualisierung auf strukturationstheoretischer Basis am Beispiel des Luftfahrtclusters Metropolregion Hamburg
02. **Collien, Isabel 2018:** Functions of boundary spanning in context: A postcolonial, power-sensitive perspective
03. **Pötschke, Ivonne 2019:** The Ties That Bind: Exploring relationship-oriented values in family firms from employees' perspective
04. **Meister-Scheytt, Claudia 2019:** Governance von Universitäten: Das Beispiel österreichischer Universitätsräte
05. **Heller, Manja Annegret 2020:** Ist der Mehrwert auch mehr wert? – Eine qualitative Untersuchung von CSV in Clustern am Beispiel der Hamburg Aviation WoMen Group
06. **Spieß, Julia 2021:** Führung und Machtspiele in Veränderungsprozessen in kommunalen Krankenhäusern
07. **Holtmann, Doris & Matiaske, Wenzel 2021:** Betriebliche Arbeitszeitpolitiken, Exploration in ausgewählten Frauen- und Männerbranchen Ost- und Westdeutschlands
08. **Weingärtner, Simon & Köhler, Christoph 2021:** Sociological Labour Market Theories. A German Perspective on an International Debate
09. **Maas, Martina 2022:** Die Bedeutung der Kapitalmarktkommunikation für börsennotierte Unternehmen
10. **Hartong, Sigrid; Loft-Akhoondi, Anja; Brandau, Nina; Junne, Barbara; Czarnojan, Izabela; Tobias Scheytt 2023:** Auf dem Weg zur Digitalität in Schule, Zwischenbericht über Interventionen und Explorationen im Rahmen des Projekts „SMASCH - Smarte Schulen“
11. **Maas, Martina 2023:** Investor Relations als Beruf – Eine Untersuchung zur Professionalisierung der Kapitalmarktkommunikation von Unternehmen
12. **Maas, Martina & Matiaske, Wenzel 2023:** Regionale Personalarbeit – Eine Fallstudie aus Nordstadt
13. **Roggan, Michael 2024:** Der Einfluss der Rechtsform auf die Mitarbeiterbeteiligung - Eine kritische Betrachtung der Grenzen der Mitarbeiterkapitalbeteiligung
14. **Dario Azzellini 2024:** Crowdwork: Kontext und Kompetenzentwicklung in den Ländern Italien, den Niederlanden, Schweden und dem Vereinigten Königreich
15. **Tanja Klenk & Sabine Kuhlmann 2025:** Digitalisierung als Herausforderung und Chance für die Migrations- und Integrationsverwaltung – Expertise im Auftrag des Sachverständigenrat Integration & Migration
16. **Marleen J. Wohler 2025:** Exzellenz in der hochschulischen Gründungsunterstützung – Eine Exploration der Erfolgsfaktoren exzellenter gründungsunterstützender Hochschulen in Deutschland
17. **Hans J. Pongratz 2025:** Individualisierte Beruflichkeit: Erosion von Berufsstrukturen und Kompensationsstrategien im Crowdfunding – Eine Literaturstudie
18. **Marcus Eckelt 2025:** Auszubildende in Deutschland – Lebenssituation und digitale Praktiken
19. **Evita Milana 2025:** Navigating the Path to Market: an Empirical Analysis of University Inventions

Working Papers des Forschungsclusters OPAL der Helmut-Schmidt-Universität:

20. **Michael Lust 2026:** Das Phänomen „akademischer Widerstand“ an deutschen Hochschulen:
Eine Untersuchung am Beispiel der Einführung von Qualitätsmanagement
21. **Tamara Böhm, Stefan Liebig & Wenzel Matiaske 2026:** Krisenresilienz deutscher Unternehmen
22. **Ilka Marie Frerichs 2026:** Perspektiven in der Corporate Social Responsibility-Forschung aus
multiparadigmatischer Sichtweise

OPAL

WORK ING PAPERS

ORGANISATION
PERSONAL
ARBEIT
LEADERSHIP


HELMUT SCHMIDT
UNIVERSITÄT
Universität der Bundeswehr Hamburg