

Übernehmen Unternehmen mit ihrer Unterstützung der Tafeln gesellschaftliche Verantwortung?

STEFANIE HIß

Unternehmen unterstützen in Deutschland seit den 1990er Jahren die Tafeln durch ihre Spenden und ihr Sponsoring. Damit übernehmen sie gesellschaftliche Verantwortung im Sinne einer Unterstützung von einer zunehmenden Anzahl von Bedürftigen, deren Bedarfe im Zuge des Abbaus sozialstaatlicher Leistungen nicht gedeckt werden können. Betrachten wir jedoch diese Unterstützungsleistung in einem übergreifenden Kontext, so ist die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme von Unternehmen nicht mehr so eindeutig zu beantworten. In diesem Beitrag wird argumentiert, dass die Tafeln Ausdruck einer Entwicklung von einer impliziten zu einer expliziten gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme sind. Erst der Abbau von Sozialstaatlichkeit hat diejenigen Räume geschaffen, in denen sich Unternehmen nun über ein explizites, ein freiwilliges und über die gesetzlichen Regelungen hinausgehendes gesellschaftliches Engagement ein gutes Image verschaffen können. Und *vice versa*: Indem sich die Tafeln seit nunmehr 15 Jahren institutionalisieren, legitimieren und befördern sie den Abbau sozialstaatlicher Ansprüche zu Gunsten privater, quasi-marktlicher Tafel-Almosen. In den folgenden Abschnitten wird zuerst eine begriffliche Annäherung an die

gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und die Tafeln gesucht. Im Anschluss wird der Wandel von einer impliziten zu einer expliziten gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme von Unternehmen am Beispiel der Tafeln analysiert. Ein kritisches Resümee beschließt den Beitrag.

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – eine begriffliche Annäherung

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – oder auch *Corporate Social Responsibility* (CSR) – ist ein Trend, der in dieser Explizierung in den 1990er Jahren aus dem angloamerikanischen Raum in Deutschland angekommen ist. Inwieweit Tafeln als CSR betrachtet werden können, hängt von der zu Grunde gelegten CSR-Definition ab. Bisher konnte sich keine einheitliche Definition, Systematisierung oder Kategorisierung durchsetzen. Anknüpfend an die Europäische Kommission (2001: 8), die in ihrem Grünbuch CSR als ein Konzept bezeichnet, »das den Unternehmen als Grundlage dient, um auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Unternehmenstätigkeit und in ihre Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren«, stellt auch die deutsche Bundesregierung die Freiwilligkeit von CSR in den Mittelpunkt ihrer Politik (Rat für Nachhaltige Entwicklung 2006). Die freiwilligen Lebensmittelspenden und das Sponsoring sind in diesem ersten, sicherlich noch sehr oberflächlichen Zugriff auf die Thematik also als CSR zu verstehen. Vor allem die freiwilligen Lebensmittelspenden sind eng mit der unternehmerischen Wertschöpfungskette verbunden und sparen Entsorgungskosten und Steuern (Selke 2009b: 74). Die Wertschöpfungskette wird jedoch nicht zugunsten einer Reduktion von Überflussproduktion umgewandelt, sondern lediglich in ihrem letzten Glied – Entsorgung oder Spende – modifiziert. Gerne fügen die Unternehmen in ihrer Selbstdarstellung der großzügigen Spende für sozial Bedürftige noch den ökologischen Aspekt der optimierten Ressourcennutzung hinzu. Im Sinne einer *Win-win-Situation* liegt bei dieser Betrachtung die unternehmerische Motivation zur Beteiligung an den Tafeln auf der Hand – die Unternehmen sparen Kosten und »gewinnen« Image, die Bedürftigen »gewinnen« eine bes-

sere Versorgung mit Lebensmitteln. Die Gemeinwohlorientierung geht mit einer gehörigen Portion »Privatwohlorientierung« der Unternehmen einher. Das »Tafelsystem [fügt sich, S.H.] reibungslos in den wirtschaftlichen Kreislauf« (Molling 2009: 168) ein.

Etwas anders gelagert ist das Engagement derjenigen Unternehmen, die nicht spenden, sondern sponsern. Bei der kostenlosen steuerlichen oder organisatorischen Beratung oder der Finanzierung von Schutzbriefen für Autopannen der benötigten Fahrzeuge modifizieren die Unternehmen nicht ihre Wertschöpfungskette im Hinblick auf eine höhere Gemeinwohlorientierung, sondern stellen davon unabhängig eine Dienstleistung oder auch einen Geldbetrag zur Verfügung. Hier befinden wir uns noch eindeutiger im Bereich der aus den USA bekannten *Charity-Projekte*, die vom eigentlichen unternehmerischen Kerngeschäft unabhängig sind. Diese CSR-Tätigkeiten erlauben den Unternehmen keine über die steuerliche Vergünstigung der Spende hinausgehende Kostenreduktion, bringen aber ebenfalls das Potential eines positiven Imagegewinns durch CSR mit sich.

Doch wie tiefgründig kann hier wirklich von einer gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen gesprochen werden? Wie bereits herausgestellt, ist die Modifikation der unternehmerischen Wertschöpfungskette gering bis nicht vorhanden. Am eigentlichen Prozess des Wirtschaftens wird nichts verändert. Die Tafeln setzen keine Anreize zur Reduktion der Produktion von Überfluss, sie verdeutlichen uns lediglich, wie enorm die produzierten Überflüsse im Lebensmittelbereich sind (Lorenz 2009b). Ein Engagement für die Tafeln bringt für die Unternehmen in der Regel kein darüber hinausgehendes Umdenken der Wirtschaftsweise im Sinne einer umfassenderen sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit mit sich. Während die Arbeitsbedingungen etwa von Lidl in der medialen Kritik stehen, bietet die Handelskette zeitgleich den KonsumentInnen die unkomplizierte Spende des Pfandes von Flaschen an die Tafel an und spendet deutschlandweit Lebensmittel (Bundesverband Deutsche Tafel e.V. o.J.). Dieses beliebig herausgegriffene Beispiel zeigt, dass sich auf der einen Seite Unternehmen explizit um ein positives CSR-Image bemühen und für die Tafeln engagieren können, während sie auf der anderen Seite die sozi-

alen und ökologischen Bedingungen im unternehmerischen Produktions- oder Dienstleistungsprozess nicht zu Gunsten einer gesellschaftlichen Wohlfahrtsorientierung zu modifizieren versuchen.

Für Unternehmen geht die Tafelinitiative also mit relativ wenig Aufwand einher, dem Kostenersparnisse und die Chance auf ein positives Image gegenüber stehen. Für die Tafeln und vor allem für ihre »KundInnen« ergibt sich durch diese Initiativen ein hoher Nutzen durch die ergänzende Versorgung mit Lebensmitteln. Können wir also die Tafelbewegung als eine CSR-Erfolgsgeschichte interpretieren? Nicht uneingeschränkt, denn eine Betrachtung der Tafeln als solcherart unternehmerische CSR-Tätigkeit würde dem Phänomen nicht gerecht werden, wenn wir es bei dieser Feststellung beließen. Der enorme Anstieg der Gründung von Tafeln in Deutschland seit 1993 mit seinen langfristigen Implikationen kann nur im Kontext eines strukturell-institutionellen Wandels verstanden und in diesem Rahmen sowohl umfassend als auch kritisch eingeordnet werden.

Von impliziter zu expliziter Verantwortung

Die Tafeln sind in den 1990er Jahren in einer Zeit entstanden, in der sich der staatliche Rückzug aus der sorgenden Wohlfahrtsstaatlichkeit anbahnte (Becker 2009). Im Zuge der Agenda 2010 und der Hartz-IV-Gesetzgebung haben sie seit der Jahrtausendwende ihren größten Wachstumsschub erfahren (Selke 2009a: 25, weiterführend Molling 2009: 162). Rohrman (2009) zeichnet nach, wie im deutschen Sozialstaat einklagbare Rechtsansprüche zunehmend durch unverbindliche Almosen ersetzt werden. »Das Tafelwesen boomte [...] Die Kehrseite: Einst einklagbare, existenzsichernde sozialstaatliche Leistungen wurden zunehmend durch Almosen substituiert. An die Stelle gesetzlich garantierter sozialstaatlicher Armutsbekämpfung traten [solange der Vorrat reicht] private Hilfen, welche die Folgen von Armut etwas abmilderten« (Rohrman 2009: 150). Die Tafeln sind somit Ausdruck eines Wandels weg von staatlicher Sozialleistung hin zum Aufbau privat organisierter Wohlfahrtsstrukturen.

Ebenfalls seit den 1990er Jahren können wir beobachten, dass sich Unternehmen in Deutschland in vielen gesellschaftlichen Bereichen unter dem Stichwort CSR engagieren. Unternehmen haben eigene CSR-Abteilungen gegründet, in denen regelmäßig CSR-Berichte verfasst werden, haben sich zu CSR-Allianzen wie zum Beispiel *Econsense* zusammengeschlossen, sind dem *Global Compact* oder anderen internationalen CSR-Initiativen beigetreten, führen intensive Dialoge mit – auch – unternehmenskritischen *Stakeholdern* und vermarkten sich im Sinne von CSR als gesellschaftlich verantwortliche Unternehmen (Hiß 2006). Matten und Moon (2008) unterscheiden diese Form der expliziten CSR von einer impliziten CSR, die sich in Institutionen und Gesetzen manifestiert. Dies ist eine Differenzierung, die auch zur weiteren Einordnung des unternehmerischen Engagements für Tafeln hilfreich ist.

Die institutionelle Einbettung unternehmerischer Verantwortung differiert von Land zu Land und ist Resultat eines historischen Ringens um die Rechte und Pflichten und die Freiheiten und Verantwortlichkeiten des Staates und von Unternehmen. In einigen Ländern, z.B. in Deutschland, übernimmt der Staat traditionell die primäre Verantwortung für Soziales. Dies bedeutet nicht, dass er die alleinige Verantwortung dafür trägt, sondern dass er seine staatlichen Möglichkeiten nutzt, auch andere gesellschaftliche Akteure, insbesondere Unternehmen, dafür in die Pflicht zu nehmen. Indem er beispielsweise Gesetze zum Arbeitnehmerschutz erlässt, definiert er implizite Verantwortungsstandards und verpflichtet Unternehmen zur Einhaltung dieser Regeln. In anderen Ländern, z.B. in den USA oder Großbritannien, übernimmt der Staat zwar auch in vielen Bereichen Verantwortung für Soziales, hält sich in anderen Bereichen aber bewusst davon zurück und überträgt diese Verantwortlichkeiten auch nicht an andere Akteure. Das Ausmaß impliziter Verantwortungsstandards ist hier geringer ausgeprägt. Die Vorgehensweise dieser Staaten resultiert aus der liberalen Vorstellung, nach der der Staat nur den allgemeinen Rahmen setzt und im Gegenzug anderen Akteuren Gestaltungsraum belässt, von ihnen aber gleichzeitig erwartet, dass sie diesen Raum verantwortungsvoll ausfüllen. In diesem Gestaltungsraum, frei von Gesetzen oder impliziten Vorgaben, hat sich nach dem Zweiten Weltkrieg in den USA das Konzept einer expliziten

CSR entwickelt, das seit gut zwanzig Jahren auch in anderen Teilen der Welt zunehmend Verbreitung findet. US-amerikanische Unternehmen engagieren sich innerhalb dieses Rahmens schon lange freiwillig für gesellschaftliche und über das gesetzlich verbindliche Maß hinausgehende Belange. So hatten auch die ersten Entwicklungen der heutigen Tafeln, bekannt unter dem Begriff »Second Harvest«, ihre Ursprünge in den USA. Die Verbreitung dieser Idee und Praxis einer als explizit verstandenen CSR in koordinierten Kapitalismen vollzieht sich jedoch erst allmählich (Brammer/Pavelin 2005; CCCD 2007; Habisch et al. 2005; Maignan/Ralston 2002).

Vor allem in Deutschland war eine explizite CSR-Aktivität von Unternehmen vor den 1990er Jahren kaum zu beobachten. Dabei darf nicht übersehen werden, dass gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen an sich kein neuartiges Phänomen ist. Gerade in Deutschland existiert eine bis in Zeiten der Industrialisierung zurück reichende Tradition gesellschaftlich verantwortlicher Unternehmen. Die Praktiken dieser frühen Verantwortungsübernahme haben sich im Lauf der Zeit institutionalisiert und, besonders nach dem Zweiten Weltkrieg, in formellen Gesetzen und informellen Praktiken manifestiert. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist damit zu einem impliziten Bestandteil u.a. der »Deutschland AG« geworden (Beyer/Höpner 2003).

Seit den 1990er Jahren ist die implizite gesellschaftliche Verantwortung, wie sie für die Deutschland AG charakteristisch war, in Auflösung begriffen. Als Infrastruktur unternehmerischer Verantwortungsübernahme verliert sie an Bedeutung und wird von neuen, alternativen Infrastrukturen abgelöst. Dies geht einher mit der Dekonstruktion der Idee impliziter unternehmerischer Verantwortungsübernahme und der (Re-) Konstruktion einer Idee von Verantwortung als expliziter, freiwilliger CSR. Das unternehmerische Engagement für die Tafeln fügt sich in diesen Kontext institutionell-strukturellen Wandels ein.

Sowohl Unternehmen als auch die Tafeln treiben diesen Wandel – ob intendiert oder nicht – aktiv mit voran. Unternehmen nutzen ihr Drohpotenzial einer Standortverlagerung und üben Druck auf den Staat aus, z.B. die Steuer- und Abgabenlast zu senken. Zugleich unterstützen Unternehmen Tafeln und zeigen damit, dass eine privat organisierte Hilfeleistung Armut

mildern kann. In staatlichen Einrichtungen kann wiederum auf die gut funktionierenden Tafeln verwiesen werden, die den Abbau sozialstaatlicher Leistungen als Reaktion auf die sinkenden Steuereinkommen kompensieren können. Wenn »in den Bundesagenturen für Arbeit, in den Kommunen und bei vielen Sozialdiensten [...] nicht mit Hinweisen auf die Tafeln gespart«, wenn »Betroffenen sogar mit leichtem Zwang zu den Tafeln geschickt« (Selke 2009a: 28) werden, dann sind dies deutliche Anzeichen einer sich verändernden Sichtweise auf gesellschaftliche Verantwortlichkeiten. Das Subsidiaritätsprinzip ist seit langem in der Sozialgesetzgebung verankert und liefert die notwendige Legitimation der Verantwortungsabgabe. Demnach haben öffentliche Träger (z.B. Kommunen) von der Bereitstellung eigener Dienstleistungen und Einrichtungen abzusehen, wenn geeignete Angebote der freien Träger vorhanden sind (Selke 2009a: 28). Damit gehen die Tafeln in »Konkurrenz zur Sozialpolitik mit einem Hilfemodell, das nicht auf Rechten, sondern auf privater Wohltätigkeit basiert« (Lorenz 2009a: 121). Die Tafeln füllen also mit ihrer freien Trägerschaft nicht nur eine Versorgungslücke im Sozialstaat, sondern legitimieren in gleichem Maße auch den weiteren sozialstaatlichen Rückzug. Gleichwohl die Tafeln die unzulängliche staatliche Sozialpolitik kritisieren, werden sie – unintendiert – zum Agenten des beschriebenen Wandels. Die Tafeln mit ihren Spendern und Sponsoren treiben den Paradigmenwechsel von einer impliziten zu einer expliziten gesellschaftlichen Verantwortung mit voran (Hiß 2009).

Wie weit diese Akzeptanz des privaten, zivilgesellschaftlichen Auffangens eines faktischen Sozialabbaus bereits in den öffentlichen politischen Diskurs Eingang gefunden hat, zeigt auch die Antwort der Bundesregierung auf die kleine Anfrage zu den Tafeln: »Die deutschen Tafeln sind ein herausragendes Beispiel für zivilgesellschaftliches Engagement. Etwa 32.000 ehrenamtliche HelferInnen stehen hinter der Tätigkeit der Tafeln. Durch dieses Engagement wird auch Menschen geholfen, die über die staatliche Sozialpolitik nur unzureichend erreicht werden. Die Bundesregierung sieht deshalb in den Tafeln eine wichtige Ergänzung der vorhandenen staatlichen Hilfen« (Bundesregierung 2008: 1). Somit stellt die Bundesregierung unzulängliche staatliche Sozialleistung als Faktum fest und befür-

wortet das ergänzende Angebot durch die privatwirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Aktivitäten, ohne den damit einhergehenden Wandel einer nur selektiven Teilhabe jenseits staatlicher Gerechtigkeitsprinzipien zu problematisieren.

Unternehmen als Agenten des Wandels fungieren gewissermaßen als institutionelle Entrepreneur¹, die an der »schöpferischen Zerstörung« (Schumpeter 1952 [1912], 1993 [1942]) der alten und der kreativen Erschaffung der neuen Infrastrukturen und Praktiken aktiv beteiligt sind. In diesem Sinne ist das Unternehmen McKinsey in der Anfangsphase der Tafeln der zentrale institutionelle Entrepreneur. Die Unternehmensberatung arbeitete im Rahmen eines zweijährigen Projektes (1995-97) ein Organisationsmodell aus und verhalf den Tafeln damit, sich zu einem hochprofessionellen Non-Profit-Franchise-Unternehmen zu profilieren (Rohrmann 2009: 149f.). Betrachten wir hingegen das Kerngeschäft der Unternehmensberatung, so hat McKinsey aktiv die Organisationsmodelle von Unternehmen in einer Weise umstrukturiert, die im Sinne einer Shareholder-Value-Orientierung tendenziell Profiten vor Beschäftigungssicherung den Vorrang einräumt.

Ein weiteres Beispiel ist die Reduktion des Steueraufkommens des Hauptsponsors Mercedes Benz Vertrieb, der zum Konzern Daimler AG gehört (früher Daimler-Benz AG, dann Daimler-Chrysler AG). So hat der frühere Vorstandsvorsitzende Edzard Reuter (1987-1995) mit dem Hinweis auf die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens der Größe der Daimler-Benz AG die Nutzung von Steuersparmethoden nach dem Schütt-aus-Hol-zurück-Verfahren von sich gewiesen. Sein am Shareholder-Value orientierter Nachfolger Jürgen Schrempp (1995-2005) hatte hingegen keine Skrupel, alle Möglichkeiten einer Steuerersparnis auszunutzen und erklärte 1995, dass die Daimler-Chrysler AG keine Steuern mehr zahle (Beyer/Höpner 2003: 182). Die Studie von Jarass und Obermair (2004) zeigt einen allgemeinen Trend seit 1996, wonach die Rückgänge der

1 Nach der Definition von Maguire, Hardy und Lawrence (2004: 657) umschreibt institutionelles Unternehmertum »the activities of actors who have an interest in particular institutional arrangements and who leverage resources to create new institutions or to transform existing ones«.

gezahlten Unternehmenssteuern mit einem Zuwachs an Dividendenausschüttungen einher gehen. Dabei ist die Zahlung von Steuern eine Möglichkeit für Unternehmen, die Gesellschaft – und nicht nur die Shareholder – an ihren Gewinnen teilhaben zu lassen und beispielsweise eine steuerfinanzierte Sozialstaatlichkeit zu unterstützen. Indem sie dies hintertreiben, sorgen die Unternehmen als Agenten der Umstrukturierung aktiv dafür, dass der Abbau der Sozialstaatlichkeit vorangetrieben wird und damit der Bedarf an Tafeln in der Gesellschaft steigt. Betrachten wir die CSR-Tätigkeit von Unternehmen, müssen wir also immer ihr gesamtes Handeln in Rechnung stellen. Die Unterstützung der Tafeln ist eine explizite CSR-Tätigkeit, der der Abbau der impliziten CSR in Deutschland gegenüber gestellt werden muss (Hiß 2009).

Kritisches Resümee

Kehren wir in einem kritischen Resümee zurück zur Ausgangsfrage des Beitrags, inwieweit das unternehmerische Engagement für die Tafeln als Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung angesehen werden kann. Die Beantwortung der Frage ist nicht trivial und bedarf einer Unterscheidung in die Bewertung der Aktivität an sich und der weiteren Einbettung in den Paradigmenwechsel von impliziter zu expliziter CSR.

In einem ersten und direkten Zugriff auf das Phänomen der Tafeln ist das freiwillige Engagement der Unternehmen als CSR, als gesellschaftliche Verantwortungsübernahme, zu verstehen. Wenn Bedürftige Lebensmittel erhalten, die ansonsten weggeworfen würden, dann ist dies sozial wie auch ökologisch sinnvoll. Von einer Perspektive des faktischen Helfens im Jetzt und Hier ist dies eine freiwillige unternehmerische Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft und unterstützt pragmatisch Bedürftige.

Betrachten wir dieses unternehmerische Engagement jedoch eingebettet in einen weiteren Kontext, dann ist die Beantwortung der Frage nach einer CSR nicht mehr so eindeutig zu formulieren. Die CSR-Aktivitäten zu den Tafeln sind Teil eines Paradigmenwechsels von einer impliziten zu einer expliziten CSR in Deutschland. Dabei kommt den Unternehmen nicht nur eine

reagierende Rolle zu, in der sie die sich vergrößernden Gestaltungsspielräume eines reduzierten Sozialstaates nutzen und aktiv gestalten. Vielmehr übernehmen sie selbst auch eine aktive Rolle im Sinne eines institutionellen Entrepreneurs, der eben diesen Wandel von einer impliziten zu einer expliziten CSR vorantreibt. Die Infrastruktur der Tafeln bietet den Unternehmen diejenigen Aktivitätsräume, die es ihnen erlauben, sich gesellschaftlich zu legitimieren. Dabei kann leicht übersehen werden, dass beispielsweise die Nutzung jedes erdenklichen Steuerschlupfloches und der Abbau von Arbeitsplätzen zu Gunsten von hohen Dividenden und Boni den Anteil Bedürftiger, die auf die Tafeln angewiesen sind, seit den 1990er Jahren mit in die Höhe getrieben hat. Unternehmen sind Agenten eines Wandels von einer impliziten zu einer expliziten CSR, der insgesamt für die Gesellschaft den Anteil gerecht verteilter Sozialstaatsleistungen reduziert und den Anteil privat organisierter Wohlfahrtsleistungen erhöht. Damit werden private Akteure in einer vormals staatlichen Gerechtigkeitsprinzipien folgenden Armutsbekämpfung machtvollen Gestalter – wollen wir das? Soll man privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen, die in erster Linie Profitinteressen vertreten, die Sozialfürsorge der Ärmsten überlassen? Wollen wir es uns in einem der reichsten Länder dieser Erde »leisten«, ehemals gesetzlich verbürgte Ansprüche auf Sozialleistungen zu freiwilligen Almosen degenerieren zu lassen, deren Gewährung von den Unternehmen jederzeit und ohne Vorwarnung eingestellt werden kann, wenn die wirtschaftliche Lage es erfordert? Bei aller Hochachtung vor dem Engagement der Tafelmitarbeiter: ist das die Organisation von Armutsfürsorge, die wir wünschen?

Literatur

- Becker, Jens (2009): »Das Unbehagen in der Gesellschaft. Soziale Ungleichheiten und Ungerechtigkeitserfahrungen in Deutschland«. In: *Tafeln in Deutschland*, hg. von Stefan Selke, Wiesbaden, S. 107-136.
- Beyer, Jürgen/Höpner, Martin (2003): »The Disintegration of Organised Capitalism: German Corporate Governance in the 1990s«. In: *West European Politics* 26(4), S. 179-198.

- Brammer, Stephen/Pavelin, Stephen (2005): »Corporate Community Contributions in the United Kingdom and the United States«. In: Journal of Business Ethics 56, S. 15–26.
- Bundesregierung (2008): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Jan Korte, Dr. Petra Sitte, Roland Claus, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE. Drucksache 16/7972, 5.2.2008.
- Bundesverband Deutsche Tafel e.V. (o.J.): Spender & Sponsoren – Jeder gibt, was er kann, <http://www.tafel.de/foerderer/spender-sponsoren>, 27.12.2009.
- CCCD – Centrum für Corporate Citizenship Deutschland (2007): Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland und im transatlantischen Vergleich mit den USA. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung des CCCD, Berlin: CCCD.
- Europäische Kommission (2001): Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen – Grünbuch, Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.
- Habisch, André/Jonker, Jan/Wegner, Martina/Schmidpeter, René (2005): Corporate Social Responsibility Across Europe, Berlin/Heidelberg/New York.
- Hiß, Stefanie (2009): »From Implicit to Explicit Corporate Social Responsibility - Institutional Change as a Fight for Myths«. In: Business Ethics Quarterly, Special Issue on »The Changing Role of Business in a Global Society: New Challenges and Responsibilities« Vol. 19(3), S. 433–451.
- Hiß, Stefanie (2006): Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch, Frankfurt a.M.
- Jarass, Lorenz/Obermair, Gustav M. (2004): Geheimnisse der Unternehmenssteuern: Steigende Dividenden, sinkendes Steueraufkommen, Marburg.
- Lorenz, Stephan (2009a): »Nachhaltige Wohlstandsgewinne? Der Boom der Tafel-Deutungen«. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen 22 (3), S. 116–123.
- Lorenz, Stephan, (2009b): »Die Tafeln zwischen Konsumismus und »Überflüssigkeit«. Zur Perspektive einer Soziologie des Überflusses«. In: Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung

- und Armutsintervention, hg. v. Stefan Selke, Wiesbaden, S. 65-84.
- Maignan, Isabelle/Ralston, David A. (2002): »Corporate Social Responsibility in Europe and in the U.S.: Insights from Businesses' Self-presentations«. In: *Journal of International Business Studies* 33(3), S. 497-515.
- Matten, Dirk/Moon, Jeremy (2008): »Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility«. In: *Academy of Management Review* 33(2), S. 404-424.
- Maguire, Steve/Hardy, Cynthia/Lawrence, Thomas B. (2004): »Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada«. In: *Academy of Management Journal* 47(5), S. 657-679.
- Molling, Luise (2009): »Tafeln und der bürgergesellschaftliche Diskurs«, In: *Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung und Armutsintervention*, hg. v. Stefan Selke, Wiesbaden, S. 157-174.
- Rat für nachhaltige Entwicklung (2006): *Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung*, Berlin.
- Rohrmann, Eckhard (2009): »Tafeln und der Abbau des Sozialstaates«. In: *Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung und Armutsintervention*, hg. v. Stefan Selke, Wiesbaden, S. 137-156.
- Selke, Stefan (2009a): »Tafeln und Gesellschaft. Soziologische Analyse eines polymorphen Phänomens«. In: *Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung und Armutsintervention*, hg. v. Stefan Selke, Wiesbaden, S. 9-40.
- Selke, Stefan (2009b): *Fast ganz unten: Wie man in Deutschland durch die Hilfe von Lebensmitteltafeln satt wird*, 2. Aufl., Münster.
- Schumpeter, Joseph A. (1952) [1912]: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, Berlin.
- Schumpeter, Joseph A. (1993) [1942]: *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, Tübingen.