

Peter Heinrich

Herausgeber

CSR und Kommunikation

Unternehmerische Verantwortung
überzeugend vermitteln



Springer Gabler

Inhaltsverzeichnis

Wirkungsvolle CSR-Kommunikation – Grundlagen	1
Peter Heinrich und René Schmidpeter	
CSR-Kommunikation und Marke	27
Christian Boris Brunner und Franz-Rudolf Esch	
Den Ehrbaren Kaufmann leben – Eine Strategie für die Zukunft	45
Antje Kuttner und Gertrud Oswald	
CSR-Kommunikation und soziale Innovationen	51
Thomas Osburg	
Der Stakeholderansatz als Fundament der CSR-Kommunikation	65
Thomas Walker	
CSR-Kommunikation – Die Instrumente	79
Peter Heinrich	
CSR Kommunikation & Social Media	103
Von Riccardo Wagner und Marcus Eichhorn	
CSR-Kommunikation und Nachhaltigkeitsreporting	119
Matthias S. Fifka	
CSR-Kommunikation im Handel	133
Wolfgang Lux	
CSR-Kommunikation in der Automobilindustrie	147
Peter F. Tropschuh, Elise Pham, Walter Raml, Lisa Schwörer, Antonia Wadé und Martina Biendl	
CSR-Kommunikation in der Sanitärindustrie	159
Mathias Schott	
CSR im Bankenbereich	171
Klaus Möller und Tim Zuchiatti	

CSR in der DIY-Branche – Nachhaltigkeitskommunikation auf Verbandsebene	189
Jana Stange	
CSR-Kommunikation in der Fußball Bundesliga	201
Anne-Kathrin Laufmann	
CSR-Kommunikation in der Forstwirtschaft	211
Philipp Bahnmüller, Hermann S. Walter und Joachim Kefßler	
Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Wozu?	225
Wolfgang Keck	
Die Autoren	235