

Wie die eingangs dargestellte terminologische Entwicklung deutlich macht, hat sich der CSR-Begriff von einem anfangs sehr engen Begriffsverständnis zu einem umfassenden Management-Konzept entwickelt, welches die bisherigen Formalziele einer Unternehmung um eine soziale und eine ökologische Dimension erweitert. Heute existieren viele unterschiedliche Begriffsbestimmungen der CSR, von denen die Definition der EU-Kommission gegenwärtig eine breite Akzeptanz erfährt. Sie eignet sich jedoch nur bedingt für eine erfolgreiche Anwendung des CSR-Konzeptes in der Unternehmenspraxis. Die erfolgte Differenzierung des Begriffes in diesem Beitrag zeigt, dass das Konzept der strategischen CSR i.e.S. für eine Umsetzung besser geeignet ist. Demnach sollte die gesellschaftliche Verantwortung vor allem durch proaktive CSR-Aktivitäten zum Ausdruck gebracht werden, die sich durch einen hohen Integrationsgrad in das eigene Geschäftsmodell auszeichnen. Letztenendes können aus einer derartigen Umsetzung des Konzeptes die Ansprüche der Stakeholder an das Unternehmen als Institution besser erfüllt werden und langfristig Wettbewerbsvorteile realisiert werden.