

## Anhang

### Anhang 1: Teilnehmer der Expertengespräche (Praktiker)

Die Auflistung der Expertengespräche ist nach chronologischer Reihenfolge der ersten Kontaktaufnahme geordnet.

Nr.	Unternehmen	Bereich	Ansprechpartner	Art des Interviews	Datum & Uhrzeit
1	SAP	Human Resources	Senior Vice President Human Resources	Persönliches Interview	26. Mai 2011 18.00 – 19.00 Uhr
2	SAP	CSR	Head of CSR	Persönliches Interview	10. Juni 2011 13.00 – 14.00 Uhr
3	SAP	Human Resources	HR Consultant	Persönliches Interview  Telefoninterview	10. Juni 2011 13.00 – 14.00 Uhr  19. August 2011 13.30 – 14.30 Uhr
4	Voith	Sustainability	Head of Sustainability	Telefoninterview	23. September 2011 15.00 – 16.00 Uhr
5	Juwi	Human Resources	Bereichsleiter Personal	Persönliches Interview	12. Dezember 2011 13.00 – 14.30 Uhr
6	Juwi	Human Resources	Teamleiter Development & Training – Human Resources	Persönliches Interview  Persönliches Interview	12. Dezember 2011 13.00 – 14.30 Uhr  04. April 2012 13.00 – 14.00 Uhr
7	Boehringer Ingelheim	Employee Services	Head of Employee Services	Persönliches Interview  Telefoninterview  Persönliches Interview	16. Januar 2012 16.00 – 18.00 Uhr  11. April 2012 14.00 – 15.00 Uhr  17. April 2012 08.30 – 10.00 Uhr
8	Volksbank Stuttgart	Dezentraler Vertrieb	Generalbevollmächtigter, Leiter Bereich Dezentraler Vertrieb	Telefoninterview	26. Januar 2012 19.00 – 19.30 Uhr
9	Bayer Business Services	Marketing & Sales BBS-Business Consulting	Senior Project Manager	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr
10	Bayer Business Services	Marketing & Sales BBS-Business Consulting	Principal, Head of Marketing & Sales	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr
11	Bayer Business Services	Business Consulting Operations & Sustainability Practice	Principal, Head of Business Consulting Operations & Sustainability Practice	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr

## Anhang 2: Teilnehmer der Expertengespräche (Wissenschaftler)

Die Auflistung der Expertengespräche ist nach chronologischer Reihenfolge der ersten Kontaktaufnahme geordnet.

Nr.	Unternehmen	Bereich	Ansprechpartner	Art des Interviews	Datum & Uhrzeit
1	Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)	Department for Entrepreneurship, Strategy, Organisation and Leadership	Assistant Professor in Business Administration	Persönliches Interview  Im Rahmen des Research Seminars	04. Oktober 2011 16.00 – 18.00 Uhr  20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
2	Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)	Department for Entrepreneurship, Strategy, Organisation and Leadership	Ph.D. Candidate Business Administration	Persönliches Interview	04. Oktober 2011 16.00 – 17.30 Uhr
3	Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)	Department for Marketing and Logistics	Ph.D. Candidate Business Administration	Persönliches Interview  Im Rahmen des Research Seminars	05. Oktober 2011 17.00 – 18.00 Uhr  20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
4	Chalmers University of Technology (Göteborg/Schweden)  Technische Universität München	Department of Technology Management and Economics at Chalmers University of Technology and the Division for Management of Organizational Renewal and Entrepreneurship  FENIX Centre for Innovations in Management  Institute for Information, Organisation and Management	Associate Professor, Management of Organizational Renewal and Entrepreneurship  Research Leader  Senior Research Leader	Persönliches Interview	18. Oktober 2011 12.30 – 13.00 Uhr
5	Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)	Department for Entrepreneurship, Strategy, Organisation and Leadership	Ph.D. Candidate Business Administration	Persönliches Interview (zur Strukturgleichungsmodellierung)	19. Oktober 2011 10.00 – 10.30 Uhr

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite.

6	<b>Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)</b>	Department for Entrepreneurship, Strategy, Organization and Leadership  MMTC – Media Management and Transformation Centre	Department Head and Professor of Strategy and Organization;  Assistant Director of MMTC	Im Rahmen des Research Seminars	20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
7	<b>Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)</b>	MMTC – Media Management and Transformation Centre	Director of the MMTC and Associate Professor of Media Economics and Management	Im Rahmen des Research Seminars	20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
8	<b>Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)</b>	Department for Marketing and Logistics	Ph.D. Candidate Business Administration	Im Rahmen des Research Seminars	20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
9	<b>Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)</b>	Department for Entrepreneurship, Strategy, Organization and Leadership	Assistant Professor in Business Administration	Im Rahmen des Research Seminars	20. Oktober 2011 10.00 – 11.30 Uhr
10	<b>Jönköping International Business School (Jönköping/Schweden)</b>	Department of Entrepreneurship, Strategy, Organization and Leadership	Full Professor of Business Administration, Former Dean of Jönköping International Business School	Persönliches Interview und E-Mail Korrespondenz	01. November 2011
11	<b>Princess Nora Bint Abdul Rahman University (Riyadh/Saudi Arabien)</b>	College of Business and Administration; Human Resource Management	Professor	E-Mail Korrespondenz	04. Dezember 2011
12	<b>The University of Warwick (Coventry/Großbritannien)</b>	Warwick Business School	Professor of Strategy & Associate Dean for Research Warwick Business School	E-Mail Korrespondenz	05. Dezember 2011
13	<b>University of Bath (Bath/Großbritannien)</b>	School of Management; Centre for Business: Organizations and Society (CBOS)	Ph.D., Lecturer in Business Economics, Director of MBA Programs	E-Mail Korrespondenz	09. Dezember 2011 16. Januar 2012
14	<b>Universität Augsburg</b>	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät (Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing)	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Doktorandin	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite.

15	<b>Universität Hamburg</b>	Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Institut für Marketing und Medien (Lehrstuhl für BWL)	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Doktorandin	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr
16	<b>WHU – Otto Beisheim School of Management</b>	Fakultät Marketing Group (Lehrstuhl für Vertriebsmanagement & B-to-B Marketing)	Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Doktorand	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr
17	<b>Westfälische Wilhelms-Universität Münster</b>	Institut für Marketing	Wissenschaftliche Mitarbeiterin	Im Rahmen des Doktorandenkolloquiums	22. März 2012 15.50 – 16.45 Uhr
18 <small>1373</small>	<b>Leibniz Gemeinschaft</b>	37 Teilnehmer (4 Professoren): 1. Doktoranden-Forum 2012 der Mitgliedseinrichtungen der Sektion B in der Leibniz-Gemeinschaft		Im Rahmen des Doktoranden-Forums	23. März 2012 13.30 – 14.00 Uhr

1373

Da es sich hierbei um eine Gruppendiskussion handelte, wird dieses Gespräch nicht als einzelnes Experteninterview gewertet, soll aber zur Vollständigkeit hier aufgeführt werden.

**Anhang 3: Bemühungen hinsichtlich der Unternehmens-Kooperationen**

<b>Angeschriebene Unternehmen (35)</b>			
<b>Unternehmen</b>	<b>Datum Kontakt-aufnahme</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Datum Kontakt-aufnahme</b>
Trumpf	24.08.2011	SMA Solar Technology	05.09.2011
Boehringer Ingelheim	24.08.2011	3M Deutschland	05.09.2011
Voss Automotive	26.08.2011	Fraport	09.09.2011
Merck	26.08.2011	Linde	13.09.2011
Schott	26.08.2011	Salzgitter	13.09.2011
Würth	30.08.2011	Voith	13.09.2011
Sax + Klee	30.08.2011	Lanxess	13.09.2011
Heidelberg Cement	30.08.2011	Aurubis	13.09.2011
Otto	30.08.2011	Hydro Aluminium	21.09.2011
Haniel	01.09.2011	Novelis	21.09.2011
Celesio	01.09.2011	Zeppelin	21.09.2011
Heraeus	01.09.2011	RWE	21.09.2011
Fresenius	01.09.2011	Axel Springer	21.09.2011
Marquard & Bahls	01.09.2011	VEIT	28.10.2011
Helm	02.09.2011	Juwi	28.10.2011
Bilfinger Berger	05.09.2011	Friedhelm Loh Gruppe	28.10.2011
Dekra	05.09.2011	Volksbank Stuttgart	19.01.2012
Michelin	05.09.2011		
<b>Angeschriebene Verbände (3)</b>		<b>Postings XING (2)</b>	
<b>Unternehmen</b>	<b>Datum Kontakt-aufnahme</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Datum Kontakt-aufnahme</b>
CSR Mittelstand	12.09.2011	CSR-Professional.Net	06.11.2011
CSR News	13.09.2011	CIW Business Club	07.11.2011
Christen in der Wirtschaft	15.09.2011		

## Literaturverzeichnis

- Adams, J.S. (1965)**, Inequity in social exchange, In: Berkowitz, L. (Hrsg.): Advances in experimental social psychology, Volume 2, New York u. a. 1965, S. 267-299.
- Agarwal, R./Karahanna, E. (2000)**, Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage, In: MIS Quarterly, 24. Jg., Nr. 4, 2000, S. 665-694.
- 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, In: Academy of Management Review, 32. Jg., Nr. 3, 2007, S. 836-863.
- Ahearne, M./Bhattacharya, C.B./Gruen, T. (2005)**, Antecedents and consequences of customer-company identification: Expanding the role of relationship marketing, In: Journal of Applied Psychology, 90. Jg., Nr. 3, 2005, S. 574-585.
- Ahuja, M.K./Chudoba, K.M./Kacmar, C.J./McKnight, D.H./George, J.F. (2007)**, IT road warriors: Balancing work-family conflict, job autonomy, and work overload to mitigate turnover intentions, In: MIS Quarterly, 31. Jg., Nr.1, 2007, S. 1-17.
- Al-bdour, A.A./Altarawneh, I.I. (2012)**, Corporate social responsibility and employee engagement in Jordan, In: International Journal of Business and Management, 7. Jg., Nr. 16, 2012, S. 89-105.
- Al-bdour, A.A./Nasruddin, E./Lin, S.K. (2010a)**, The relationship between internal corporate social responsibility and organizational commitment within the banking sector in Jordan, In: World Academy of Science, Engineering and Technology, 67. Jg., 2010, S. 262-281.
- Al-bdour, A.A./Nasruddin, E./Lin, S.K. (2010b)**, The relationship between internal corporate social responsibility and organizational commitment within the banking sector in Jordan, In: International Journal of Human and Social Sciences, 5. Jg., Nr. 14, 2010, S. 932-951.
- Albers, S./Hildebrandt, L. (2006)**, Methodische Probleme bei der Erfolgsfaktorenforschung: Messfehler, formative versus reflektive Indikatoren und die Wahl des Strukturgleichungs-Modells, In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 58. Jg., Nr. 1, 2006, S. 2-33.
- Albert, H. (1991)**, Traktat über kritische Vernunft, 5. Auflage, Tübingen 1991.
- Albinger, H.S./Freeman, S.J. (2000)**, Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations, In: Journal of Business Ethics, 28. Jg., Nr. 3, 2000, S. 243-253.
- Alcaniz, E.B./Cáceres, R.C./Pérez, R.C. (2010)**, Alliances between brands and social causes: The influence of company credibility on social responsibility image, In: Journal of Business Ethics, 96. Jg., Nr. 2, 2010, S. 169-186.
- Ali, I./Rehman, K.U./Ali, S.I./Yousaf, J./Zia, M. (2010)**, Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance, In: African Journal of Business Management, 4. Jg., Nr. 12, 2010, S. 2796-2801.
- Allen, D.G./Shore, L.M./Griffeth, R.W. (2003)**, The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process, In: Journal of Management, 29. Jg., Nr. 1, 2003, S. 99-118.
- Allen, N.J./Meyer, J.P. (1990)**, The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, In: Journal of Occupational Psychology, 63. Jg., Nr. 1, 1990, S. 1-18.
- ALshbiel, S.O./AL-Awawdeh, W.M. (2011)**, Internal social responsibility and its impact on job commitment: Empirical study on Jordanian Cement Manufacturing Co., In: International Journal of Business and Management, 6. Jg., Nr. 12, 2011, S. 94-102.
- Al-Smadi, W.M. (2008)**, The effect of organizational fairness on job commitment: Empirical study on Jordanian pharmaceutical firm; Master Thesis an der Aal Al Bayt University/Jordan.
- Anderson, J.C./Gerbing, D.W. (1982)**, Some methods for respecifying measurement models to obtain unidimensional construct measurement, In: Journal of Marketing Research, 19. Jg., Nr. 4, 1982, S. 453-460.

- Anderson, J.C./Gerbing, D.W. (1984)**, The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis, In: *Psychometrika*, 49. Jg., Nr. 2, 1984, S. 155-173.
- Anderson, J.C./Gerbing, D.W. (1991)**, Predicting the performance of measures in a confirmatory factor analysis with a pretest assessment of their substantive validities, In: *Journal of Applied Psychology*, 76. Jg., Nr. 5, 1991, S. 732-740.
- Anderson, J.C./Gerbing, D.W./Hunter, J.E. (1987)**, On the assessment of unidimensional measurement: Internal and external consistency, and overall consistency criteria, In: *Journal of Marketing Research*, 24. Jg., Nr. 4, 1987, S. 432-437.
- Anderson, P.F. (1983)**, Marketing, scientific progress, and scientific method, In: *Journal of Marketing*, 47. Jg., Nr. 4, 1983, S. 18-31.
- Aphorismen (2011)**, Aphorismen mit dem Schlagwort Verantwortung, [http://www.aphorismen.de/display\\_aphorismen.php?xanariolD=cce07c86501c2d1ead0df341162ee27e](http://www.aphorismen.de/display_aphorismen.php?xanariolD=cce07c86501c2d1ead0df341162ee27e), Abruf: 22.09.2011.
- Aragón-Correa, J.A./Hurtado-Torres, N./Sharma, S./Garcia-Morales, V.J. (2008)**, Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective, In: *Journal of Environmental Management*, 86. Jg., Nr. 1, 2008, S. 88-103.
- Arbuckle, J.L. (2011)**, IBM SPSS Amos 20 User's Guide, [ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/amos/20.0/en/Manuals/IBM\\_SPSS\\_Amos\\_User\\_Guide.pdf](ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/amos/20.0/en/Manuals/IBM_SPSS_Amos_User_Guide.pdf), Abruf: 27.02.2013.
- Arino, A. (2003)**, Measures of strategic alliance performance: An analysis of construct validity, In: *Journal of International Business Studies*, 34. Jg., Nr. 1, 2003, S. 66-79.
- Armstrong, J.S./Overton, T.S. (1977)**, Estimating nonresponse bias in mail surveys, In: *Journal of Marketing Research*, 14. Jg., Nr. 3, 1977, S. 396-402.
- Ashford, S.J./Lee, C./Bobko, P. (1989)**, Content, causes, and consequences of job insecurity: A theory-based measure and substantive test, In: *Academy of Management Journal*, 32. Jg., Nr. 4, 1989, S. 803-829.
- Ashforth, B.E./Mael, F. (1989)**, Social identity theory and the organization, In: *Academy of Management Review*, 14. Jg., Nr. 1, 1989, S. 20-39.
- Atteslander, P. (2010)**, *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 13. Auflage, Berlin 2010.
- Backhaus, K./Blechs Schmidt, B./Eisenbeiß, M. (2006)**, Der Stichprobeneinfluss bei Kausalanalysen, In: *Die Betriebswirtschaft*, 66. Jg., Nr. 6, 2006, S. 711-726.
- Backhaus, K.B./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2006)**, *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*, 11. Auflage, Berlin 2006.
- Backhaus, K.B./Erichson, B./Weiber, R. (2010)**, *Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*, Berlin 2010.
- Backhaus, K.B./Stone, B.A./Heiner, K. (2002)**, Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness, In: *Business & Society*, 41. Jg., Nr. 3, 2002, S. 292-318.
- Backhaus, K./Weiber, R. (2007)**, *Forschungsmethoden der Datenauswertung*, In: Köhler, R./Küpper, H.-U./Pfungsten, A. (Hrsg.): *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft*, 6. Auflage, Stuttgart 2007, S. 524-535.
- Bagozzi, R.P. (1980)**, *Causal models in marketing*, New York u. a. 1980.
- Bagozzi, R.P. (1981)**, Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error: A comment, In: *Journal of Marketing Research*, 18. Jg., Nr. 3, 1981, S. 375-381.
- Bagozzi, R.P. (1982)**, The role of measurement in theory construction and hypothesis testing: Toward a holistic model, In: Fornell, C. (Hrsg.): *A second generation of multivariate analysis, Volume 2: Measurement and evaluation*, New York 1982, S. 5-23.
- Bagozzi, R.P. (1984)**, A prospectus for theory construction in marketing, In: *Journal of Marketing*, 48. Jg., Nr. 1, 1984, S. 11-29.
- Bagozzi, R.P. (1994)**, Measurement in marketing research: Basic principles of questionnaire design, In: Bagozzi, R.P. (Hrsg.): *Principles of marketing research*, Cambridge u. a. 1994, S. 1-49.

- Bagozzi, R. (1998)**, A prospectus for theory construction in marketing: Revisited and revised, In: Hildebrandt, L./Homburg, C. (Hrsg.): Die Kausalanalyse: Ein Instrument der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, Stuttgart 1998, S. 45-81.
- Bagozzi, R.P./Baumgartner, H. (1994)**, The evaluation of structural equation models and hypothesis testing, In: Bagozzi, R.P. (Hrsg.): Principles of marketing research, Cambridge u. a. 1994, S. 386-422.
- Bagozzi, R.P./Phillips, L.W. (1982)**, Representing and testing organizational theories: A holistic construal, In: Administrative Science Quarterly, 27. Jg., Nr. 3, 1982, S. 459-489.
- Bagozzi, R.P./Yi, Y. (1988)**, On the evaluation of structural equation models, In: Journal of the Academy of Marketing Science, 16. Jg., Nr. 1, 1988, S. 74-94.
- Bagozzi, R.P./Yi, Y./Phillips, L.W. (1991)**, Assessing construct validity in organizational research, In: Administrative Science Quarterly, 36. Jg., Nr. 3, 1991, S. 421-458.
- Bailey, K.D. (1994)**, Methods of social research, 4. Auflage, New York 1994.
- Baker, M. (2003)**, Corporate social responsibility – What does it mean?, <http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php>, Abruf: 07.03.2013.
- Balderjahn, I. (1985)**, Strukturen sozialen Konsumbewußtseins: Reanalyse und Versuch einer Bestimmung, In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 7. Jg., Nr. 4, 1985, S. 253-262.
- Balderjahn, I. (1986)**, Das umweltbewusste Konsumentenverhalten: Eine empirische Studie, Berlin 1986.
- Balfour, D.L./Wechsler, B. (1996)**, Organizational commitment: Antecedents and outcomes in public organizations, In: Public Productivity and Management Review, 19. Jg., Nr. 3, 1996, S. 256-277.
- Balmer, J.M.T./Gray, E.R. (1999)**, Corporate identity and corporate communications: Creating a competitive advantage, In: Corporate Communications: An International Journal, 4. Jg., Nr. 4, 1999, S. 171-177.
- Barney, J.B. (1991)**, Firm resources and sustained competitive advantage, In: Journal of Management, 17. Jg., Nr. 1, 1991, S. 99-120.
- Baron, R.M./Kenny, D.A. (1986)**, The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, In: Journal of Personality and Social Psychology, 51. Jg., Nr. 6, 1986, S. 1173-1182.
- Bartel, C.A. (2001)**, Social comparisons in boundary-spanning work: Effects of community outreach on members' organizational identity and identification, In: Administrative Science Quarterly, 46. Jg., Nr. 3, 2001, S. 379-414.
- Bartels, A. (2007)**, Wissenschaftlicher Realismus, In: Bartels, A./Stöckler, M. (Hrsg.): Wissenschaftstheorie: Ein Studienbuch, Paderborn 2007, S. 199-220.
- Bass, K./Barnett, T./Brown, G. (1999)**, Individual difference variables, ethical judgments, and ethical behavioral intentions, In: Business Ethics Quarterly, 9. Jg., Nr. 2, 1999, S. 183-205.
- Bassen, A./Jastram, S./Meyer, K. (2005)**, Corporate Social Responsibility: Eine Begriffserläuterung, In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 6. Jg., Nr. 2, 2005, S. 231-236.
- Basu, K./Palazzo, G. (2008)**, Corporate social responsibility: A process model of sensemaking, In: Academy of Management Review, 33. Jg., Nr. 1, 2008, S. 122-136.
- Batinic, B. (2003)**, Datenqualität bei internetbasierten Befragungen, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 143-160.
- Bauer, M. (2000)**, Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen: Kritische Ereignisse, nichtlineare Zufriedenheitsbildung und Zufriedenheitsdynamik, Wiesbaden 2000.
- Bay, K.-C. (2010)**, ISO 26000 in der Praxis: Der Ratgeber zum Leitfaden für soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit, Darstellung, Diskussion und Analyse – Vergleiche zu bestehenden Regelungen – Umsetzungshinweise und Beispiele, München 2010.
- Bearden, W.O./Netemeyer, R.G./Haws, K.L. (2011)**, Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research, 3. Auflage, Thousand Oaks 2011.
- Bearden, W.O./Netemeyer, R.G./Teel, J.E. (1989)**, Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence, In: Journal of Consumer Research, 15. Jg., Nr. 4, 1989, S. 473-481.



- Bearden, W.O./Sharma, S./Teel, J.E. (1982)**, Sample size effects on chi square and other statistics used in evaluating causal models, In: *Journal of Marketing Research*, 19. Jg., Nr. 4, 1982, S. 425-430.
- Becker, D.R. (2005)**, Der Ressourcen-Fit bei M&A-Transaktionen: Konzeptionalisierung, Operationalisierung und Erfolgswirkung auf Basis des Resource-based View, Wiesbaden 2005.
- Becker, H.S. (1960)**, Notes on the concept of commitment, In: *The American Journal of Sociology*, 66. Jg., Nr. 1, 1960, S. 32-40.
- Becker, J. (1999)**, Marktorientierte Unternehmensführung: Messung – Determinanten – Erfolgsauswirkungen, Wiesbaden 1999.
- Becker-Olsen, K.L./Cudmore, B.A./Hill, R.P. (2006)**, The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior, In: *Journal of Business Research*, 59. Jg., Nr. 1, 2006, S. 46-53.
- Benlian, A. (2006)**, Content infrastructure management: Results of an empirical study in the print industry, Wiesbaden 2006.
- Bennett, R./Barkensjo, A. (2005)**, Internal marketing, negative experiences, and volunteers' commitment to providing high-quality services in a UK helping and caring charitable organization, In: *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16. Jg., Nr. 3, 2005, S. 251-274.
- Bentler, P.M. (1990)**, Comparative fit indexes in structural models, In: *Psychological Bulletin*, 107. Jg., Nr. 2, 1990, S. 238-246.
- Bentler, P.M./Bonett, D.G. (1980)**, Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures, In: *Psychological Bulletin*, 88. Jg., Nr. 3, 1980, S. 588-606.
- Bentler, P.M./Chou, C.-P. (1987)**, Practical issues in structural modeling, In: *Sociological Methods and Research*, 16. Jg., Nr. 1, 1987, S. 78-117.
- Bentler, P.M./Weeks, D.G. (1980)**, Linear structural equations with latent variables, In: *Psychometrika*, 45. Jg., Nr. 3, 1980, S. 289-308.
- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P. (2009)**, Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden 2009.
- Berens, G./van Riel, C.B.M./van Bruggen, G.H. (2005)**, Corporate associations and consumer product responses: The moderating role of corporate brand dominance, In: *Journal of Marketing*, 69. Jg., Nr. 3, 2005, S. 35-48.
- Bergami, M./Bagozzi, R.P. (2000)**, Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization, In: *British Journal of Social Psychology*, 39. Jg., Nr. 4, 2000, S. 555-577.
- Berger, I.E./Cunningham, P.H./Drumwright, M.E. (2006)**, Identity, identification, and relationship through social alliances, In: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34. Jg., Nr. 2, 2006, S. 128-137.
- Betzin, J./Henseler, J. (2005)**, Einführung in die Funktionsweise des PLS-Algorithmus, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): *Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele*, Stuttgart 2005, S. 49-69.
- Bhattacharya, C.B./Korschun, D./Sen, S. (2009)**, Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives, In: *Journal of Business Ethics*, 85. Jg., Supplement 2, 2009, S. 257-272.
- Bhattacharya, C.B./Rao, H./Glynn, M.A. (1995)**, Understanding the bond of identification: An investigation of its correlates among art museum members, In: *Journal of Marketing*, 59. Jg., Nr. 4, 1995, S. 46-57.
- Bhattacharya, C.B./Sen, S. (2003)**, Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies, In: *Journal of Marketing*, 67. Jg., Nr. 2, 2003, S. 76-88.
- Bhattacharya, C.B./Sen, S. (2004)**, Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives, In: *California Management Review*, 47. Jg., Nr. 1, 2004, S. 9-24.
- Bhattacharya, C.B./Sen, S./Korschun, D. (2007)**, Corporate social responsibility as an internal marketing strategy, In: *MIT Sloan Management Review*, Fall, 2007, S. 1-29 (als forthcoming Datei).

- Bhattacharya, C.B./Sen, S./Korschun, D. (2008)**, Using corporate social responsibility to win the war for talent, In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Nr. 2, 2008, S. 36-44.
- Bhuiyan, S.N./Menguc, B. (2002)**, An extension and evaluation of job characteristics, organizational commitment and job satisfaction in an expatriate, guest worker, sales setting, In: Journal of Personal Selling and Sales Management, 22. Jg., Nr. 1, 2002, S. 1-11.
- Bickel, I.M. (2009)**, Corporate Social Responsibility: Einflussfaktoren, Erfolgswirkungen und Einbezug in produktpolitische Entscheidungen, Hamburg 2009.
- Bies, R.J./Moag, J.S. (1986)**, Interactional justice: Communication criteria of fairness, In: Lewicki, R.J./Sheppard, B.H./Bazerman, M. (Hrsg.): Research on negotiation in organizations: A biannual research series, Volume 1, Greenwich u. a. 1986, S. 43-55.
- Bishop, G./Spence, S.H./McDonald, C. (2003)**, Can parents and teachers provide a reliable and valid report of behavioral inhibition?, In: Child Development, 74. Jg., Nr. 6, 2003, S. 1899-1917.
- Blau, P.M. (1964)**, Exchange & power in social life, New York 1964.
- Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (2005)**, Die PLS-Pfadmodellierung: Mehr als eine Alternative zur Kovarianzstrukturanalyse, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele, Stuttgart 2005, S. 9-16.
- Boddy, C.R./Ladyszewsky, R.K./Galvin, P. (2010)**, The influence of corporate psychopaths on corporate social responsibility and organizational commitment to employees, In: Journal of Business Ethics, 97. Jg., Nr. 1, 2010, S. 1-19.
- Boezeman, E.J./Ellemers, N. (2008)**, Pride and respect in volunteers' organizational commitment, In: European Journal of Social Psychology, 38. Jg., Nr. 1, 2008, S.159-172.
- Bohnen, A. (1975)**, Individualismus und Gesellschaftstheorie, Tübingen 1975.
- Bollen, K.A. (1987)**, Total, direct, and indirect effects in structural equation models, In: Sociological Methodology, 17. Jg., Nr. 1, 1987, S. 37-69.
- Bollen, K.A. (1989)**, Structural equations with latent variables, New York u. a. 1989.
- Bollen, K.A./Curran, P.J. (2006)**, Latent curve models: A structural equation perspective, Hoboken 2006.
- Bollen, K./Lennox, R. (1991)**, Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective, In: Psychological Bulletin, 110. Jg., Nr. 2, 1991, S. 305-314.
- Boomsma, A. (1982)**, The robustness of LISREL against small sample sizes in factor analysis models, In: Jöreskog, K.G./Wold, H. (Hrsg.): Systems under indirect observations: Causality – structure – predictions, Part 1, Amsterdam u. a. 1982, S. 149-173.
- Börsennews (2013)**, Wirtschaftslexikon – Börenlexikon, Stichwort: Mitarbeiter, <http://www.boersennews.de/lexikon/begriff/mitarbeiter/1841>, Abruf: 11.03.2013.
- Bortz, J./Döring, N. (2006)**, Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4. Auflage, Heidelberg 2006.
- Brammer, S./Millington, A. (2008)**, Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance, In: Strategic Management Journal, 29. Jg., Nr. 12, 2008, S. 1325-1343.
- Brammer, S./Millington, A./Rayton, B. (2007)**, The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment, In: The International Journal of Human Resource Management, 18. Jg., Nr. 10, 2007, S. 1701-1719.
- Branco, M.C./Rodrigues, L.L. (2006)**, Corporate social responsibility and resource-based perspectives, In: Journal of Business Ethics, 69. Jg., Nr. 2, 2006, S. 111-132.
- Brayfield, A.H./Rothe, H.F. (1951)**, An index of job satisfaction, In: Journal of Applied Psychology, 35. Jg., Nr. 5, 1951, S. 307-311.
- Brinberg, D./Wood, R. (1983)**, A resource exchange theory analysis of consumer behavior, In: Journal of Consumer Research, 10. Jg., Nr. 3, 1983, S. 330-338.
- Brosius, F. (2006)**, SPSS 14: Das mitp-Standardwerk, Heidelberg 2006.
- Brown, H.I. (1977)**, Perception, theory and commitment: The new philosophy of science, Chicago 1977.

- Brown, R. (2000)**, Social identity theory: Past achievements, current problems and future challenges, In: *European Journal of Social Psychology*, 30. Jg., Nr. 6, 2000, S. 745-778.
- Brown, T.A. (2006)**, *Confirmatory factor analysis for applied research*, New York 2006.
- Brown, T.J./Dacin, P.A. (1997)**, The company and the product: Corporate associations and consumer product responses, In: *Journal of Marketing*, 61. Jg., Nr. 1, 1997, S. 68-84.
- Browne, M.W./Cudeck, R. (1993)**, Alternative ways of assessing model fit, In: Bollen, K.A./Long, J.S. (Hrsg.): *Testing structural equation models*, Newbury Park u. a. 1993, S. 136-162.
- Bruhn, M. (2003)**, *Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz*, 4. Auflage, Wiesbaden 2003.
- Bruner, G.C. II./James, K.E./Hensel, P.J. (2001)**, *Marketing scales handbook: A compilation of multi-item measures*, Volume III, Chicago 2001.
- Bühl, A. (2008)**, *SPSS 16: Einführung in die moderne Datenanalyse*, 11. Auflage, München u. a. 2008.
- Bühner, M./Küchenhoff, H. (2008)**, LISREL/CFA: Modelltest im Rahmen des Interdisziplinären Seminars Multivariate Statistik bei psychologischen Fragestellungen, [http://www.statistik.lmu.de/~helmut/seminar\\_0809/H6.pdf](http://www.statistik.lmu.de/~helmut/seminar_0809/H6.pdf), Abruf: 18.02.2013.
- Buitendach, J.H./De Witte, H. (2005)**, Job insecurity, extrinsic and intrinsic job satisfaction and affective organisational commitment of maintenance workers in a parastatal, In: *South African Journal of Business Management*, 36. Jg., Nr. 2, 2005, S. 27-37.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2011)**, *Die DIN ISO 26000: „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“ – Ein Überblick –*, Bonn 2011.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2012a)**, *CSR in Deutschland, Über CSR*, <http://www.csr-in-deutschland.de/ueber-csr/was-ist-csr.html>, Abruf: 20.12.2012.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2012b)**, *CSR in Deutschland, CSR Initiativen und Netzwerke*, <http://www.csr-in-deutschland.de/csr-in-deutschland/initiativen.html>, Abruf: 20.12.2012.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2013)**, *CSR in Deutschland, Glossar, Stichwort: Transparenz*, <http://www.csr-in-deutschland.de/ueber-csr/glossar/t.html>, Abruf: 24.01.2013.
- Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (2009)**, *CSR und Transparenz: Ein Diskussionsbeitrag der Arbeitgeber*, Oktober 2009, [http://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/CSR\\_und\\_Transparenz.pdf/\\$file/CSR\\_und\\_Transparenz.pdf](http://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/CSR_und_Transparenz.pdf/$file/CSR_und_Transparenz.pdf), Abruf: 24.01.2013.
- Burmann, C. (2002)**, *Strategische Flexibilität und Strategiewechsel als Determinanten des Unternehmenswertes*, Wiesbaden 2002.
- Burnham, K.P./Anderson, D.R. (2002)**, *Model selection and multimodel inference: A practical information-theoretic approach*, 2. Auflage, New York u. a. 2002.
- Bursa Malaysia (2012)**, *Bursa Malaysia's CSR framework*, <http://www.bursamalaysia.com/market/listed-companies/sustainability/frame-works/bursa-malaysias-csr-framework/>, Abruf: 20.12.2012.
- Butts, M.M./Vandenberg, R.J./DeJoy, D.M./Schaffer, B.S./Wilson, M.G. (2009)**, Individual reactions to high involvement work processes: Investigating the role of empowerment and perceived organizational support, In: *Journal of Occupational Health Psychology*, 14. Jg., Nr. 2, 2009, S. 122-136.
- Bycio, P./Hackett, R.D./Allen, J.S. (1995)**, Further assessments of Bass's (1985) conceptualization of transactional and transformational leadership, In: *Journal of Applied Psychology*, 80. Jg., Nr. 4, 1995, S. 468-478.
- Byrne, B.M. (1989)**, *A primer of LISREL: Basic applications and programming for confirmatory factor analytic models*, New York 1989.
- Byrne, B.M. (2010)**, *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*, 2. Auflage, New York u. a. 2010.
- Campbell, D.T. (1960)**, Recommendations for APA test standards regarding construct, trait, or discriminant validity, In: *American Psychologist*, 15. Jg., Nr. 8, 1960, S. 546-553.
- Campbell, D.T./Fiske, D.W. (1959)**, Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix, In: *Psychological Bulletin*, 56. Jg., Nr. 2, 1959, S. 81-105.

- Carlson, M./Mulaik, S.A. (1993)**, Trait ratings from descriptions of behavior as mediated by components of meaning, In: *Multivariate Behavioral Research*, 28. Jg., Nr. 1, 1993, S. 111-159.
- Carmeli, A./Gilat, G./Waldman, D.A. (2007)**, The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance, In: *Journal of Management Studies*, 44. Jg., Nr. 6, 2007, S. 972-992.
- Carmines, E.G./McIver, J.P. (1981)**, Analyzing models with unobserved variables: Analysis of covariance structures, In: Bohrnstedt, G.W./Borgatta, E.F. (Hrsg.): *Social measurement: Current issues*, Beverly Hills u. a. 1981, S. 65-115.
- Carmines, E.G./Zeller, R.A. (1979)**, Reliability and validity assessment, Beverly Hills u. a. 1979.
- Carnap, R. (1953)**, Testability and meaning, In: Feigl, H./Brodbeck, M. (Hrsg.): *Readings in the philosophy of science*, New York 1953, S. 47-92.
- Carnap, R. (1966)**, *Philosophical foundations of physics: An introduction to the philosophy of science*, New York u. a. 1966.
- Carroll, A.B. (1979)**, A three-dimensional conceptual model of corporate performance, In: *Academy of Management Review*, 4. Jg., Nr. 4, 1979, S. 497-505.
- Carroll, A.B. (1991)**, The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, In: *Business Horizons*, 34. Jg., Nr. 4, 1991, S. 39-48.
- Carroll, A.B. (1999)**, Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct, In: *Business & Society*, 38. Jg., Nr. 3, 1999, S. 268-295.
- Castaldo, S./Perrini, F./Misani, N./Tencati, A. (2009)**, The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products, In: *Journal of Business Ethics*, 84. Jg., Nr. 1, 2009, S. 1-15.
- Castka, P./Balzarova, M.A./Bamber, C.J./Sharp, J.M. (2004)**, How can SMEs effectively implement the CSR agenda? A UK case study perspective, In: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11. Jg., Nr. 3, 2004, S. 140-149.
- Causey, R.L. (1979)**, Theory and observation, In: Asquith, P.D./Kyburg, H.E. Jr. (Hrsg.): *Current research in philosophy of science: Proceedings of the P.S.A. critical research problems conference*, East Lansing 1979, S. 187-206.
- Chakravartty, A. (2007)**, *A metaphysics for scientific realism: Knowing the unobservable*, Cambridge u. a. 2007.
- Chakravartty, A. (2011)**, Scientific realism, In: Zalta, E.N. (Hrsg.): *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Summer 2011 Edition, <http://plato.stanford.edu/archives/sum2011/entries/scientific-realism/>, Abruf: 12.03.2013.
- Charta der Vielfalt (2013)**, Diversity-Management, <http://www.charta-der-vielfalt.de/diversity/diversity-management.html>, Abruf: 25.04.2013.
- Chaudhuri, K. (2009)**, An empirical quest for linkages between HPWS and employee behaviors – A perspective from the non managerial employees in Japanese organizations, In: *Proceedings of World Academy of Science, Engineering and Technology*, 41. Jg., May, 2009, S. 621-635.
- Cheruiyot, T.K./Maru, L.C./Muganda, C.M. (2012)**, Reconstructing dimensionality of customer corporate social responsibility and customer response outcomes by hotels in Kenya, In: *Journal of Business, Economics & Finance*, 1. Jg., Nr. 3, 2012, S. 5-21.
- Chin, A. (2010)**, Malaysian banks: Debt recovery, ethics and CSR, <http://amrjournal.blogspot.de/search?q=CSR>, Abruf: 04.10.2012.
- Chin, W.W. (1998a)**, Issues and opinion on structural equation modeling, In: *MIS Quarterly*, 22. Jg., Nr. 1, 1998, S. VII-XVI.
- Chin, W.W. (1998b)**, The partial least squares approach to structural equation modeling, In: Marcoulides, G.A. (Hrsg.): *Modern methods for business research*, Mahwah u. a. 1998, S. 295-336.
- Chin, W.W./Marcolin, B.L./Newsted, P.R. (2003)**, A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study, In: *Information Systems Research*, 14. Jg., Nr. 2, 2003, S. 189-217.

- Chin, W.W./Newsted, P.R. (1999)**, Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares, In: Hoyle, R.H. (Hrsg.): *Statistical strategies for small sample research*, Thousand Oaks u. a. 1999, S. 307-341.
- Chou, C.-P./Bentler, P.M. (1995)**, Estimates and tests in structural equation modeling, In: Hoyle, R.H. (Hrsg.): *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, Thousand Oaks u. a. 1995, S. 37-55.
- Chou, C.-P./Bentler, P.M./Satorra, A. (1991)**, Scaled test statistics and robust standard errors for non-normal data in covariance structure analysis: A Monte Carlo study, In: *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 44. Jg., Nr. 2, 1991, S. 347-357.
- Churchill, G.A. Jr. (1979)**, A paradigm for developing better measures of marketing constructs, In: *Journal of Marketing Research*, 16. Jg., Nr. 1, 1979, S. 64-73.
- Churchill, G.A. Jr./Ford, N.M./Walker, O.C. Jr. (1974)**, Measuring the job satisfaction of industrial salesmen, In: *Journal of Marketing Research*, 11. Jg., Nr. 3, 1974, S. 254-260.
- Churchill, G.A. Jr./Peter, J.P. (1984)**, Research design effects on the reliability of rating scales: A meta-analysis, In: *Journal of Marketing Research*, 21. Jg., Nr. 4, 1984, S. 360-375.
- Coffey, B.S./Fryxell, G.E. (1991)**, Institutional ownership of stock and dimensions of corporate social performance: An empirical examination, In: *Journal of Business Ethics*, 10. Jg., Nr. 6, 1991, S. 437-444.
- Cohen, J. (1988)**, *Statistical power analysis for the behavioral science*, 2. Auflage, Hillsdale u. a. 1988.
- Cohen-Charash, Y./Spector, P.E. (2001)**, The role of justice in organizations: A meta-analysis, In: *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 86. Jg., Nr. 2, 2001, S. 278-321.
- Collier, J./Esteban, R. (2007)**, Corporate social responsibility and employee commitment, In: *Business Ethics: A European Review*, 16. Jg., Nr. 1, 2007, S. 19-33.
- Colquitt, J.A. (2001)**, On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure, In: *Journal of Applied Psychology*, 86. Jg., Nr. 3, 2001, S. 386-400.
- Colquitt, J.A./Wesson, M.J./Porter, C.O.L.H./Conlon, D.E./Ng, K.Y. (2001)**, Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research, In: *Journal of Applied Psychology*, 86. Jg., Nr. 3, 2001, S. 425-445.
- Coltman, T./Devinney, T.M./Midgley, D.F./Veniak, S. (2008)**, Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement, In: *Journal of Business Research*, 61. Jg., Nr. 12, 2008, S. 1250-1262.
- Conger, J.A./Kanungo, R.N. (1988)**, The empowerment process: Integrating theory and practice, In: *Academy of Management Review*, 13. Jg., Nr. 3, 1988, S. 471-482.
- Cornelius, N./Todres, M./Janjuha-Jivraj, S./Woods, A./Wallace, J. (2008)**, Corporate social responsibility and the social enterprise, In: *Journal of Business Ethics*, 81. Jg., Nr. 2, 2008, S. 355-370.
- Cortina, J.M. (1993)**, What is coefficient alpha? An examination of theory and applications, In: *Journal of Applied Psychology*, 78. Jg., Nr. 1, 1993, S. 98-104.
- COSORE (2012)**, CSR der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland (Fortsetzung): CSR der KMU im Großraum München, [http://www.cosore.com/de/ra5\\_2.html](http://www.cosore.com/de/ra5_2.html), Abruf: 11.10.2012.
- Couper, M.P./Coutts, E. (2006)**, Online-Befragung: Probleme und Chancen verschiedener Arten von Online-Erhebungen, In: Diekmann, A. (Hrsg.): *Methoden der Sozialforschung*, Wiesbaden 2006, S. 217-243.
- Couper, M.P./Traugott, M.W./Lamias, M.J. (2001)**, Web survey design and administration, In: *Public Opinion Quarterly*, 65. Jg., Nr. 2, 2001, S. 230-253.
- Crocker, L./Algina, J. (1986)**, *Introduction to classical & modern test theory*, New York u. a. 1986.
- Cronbach, L.J. (1947)**, Test „reliability“: Its meaning and determination, In: *Psychometrika*, 12. Jg., Nr. 1, 1947, S. 1-16.
- Cronbach, L.J. (1951)**, Coefficient alpha and the internal structure of tests, In: *Psychometrika*, 16. Jg., Nr. 3, 1951, S. 297-334.
- Cronbach, L.J./Meehl, P.E. (1955)**, Construct validity in psychological tests, In: *Psychological Bulletin*, 52. Jg., Nr. 4, 1955, S. 281-302.

- Cropanzano, R./Mitchell, M.S. (2005)**, Social exchange theory: An interdisciplinary review, In: *Journal of Management*, 31. Jg., Nr. 6, 2005, S. 874-900.
- CSR Germany (2013)**, CSR Germany – Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung, CSR konkret, [http://www.csrgermany.de/www/csr\\_cms\\_relaunch.nsf/id/csr-konkret-de](http://www.csrgermany.de/www/csr_cms_relaunch.nsf/id/csr-konkret-de), Abruf: 17.01.2013.
- Cully, M./Woodland, S./O'Reilly, A./Dix, G. (1999)**, Britain at work: As depicted by the 1998 workplace employee relations survey, London u. a. 1999.
- Cureton, E.E./D'Agostino, R.B. (1983)**, Factor analysis: An applied approach, Hillsdale 1983.
- Curran, P.J./West, S.G./Finch, J.F. (1996)**, The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis, In: *Psychology Methods*, 1. Jg., Nr. 1, 1996, S. 16-29.
- Dahlsrud, A. (2008)**, How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions, In: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15. Jg., Nr. 1, 2008, S. 1-13.
- Davy, J.A./Kinicki, A.J./Scheck, C.L. (1997)**, A test of job security's direct and mediated effects on withdrawal cognitions, In: *Journal of Organizational Behavior*, 18. Jg., Nr. 4, 1997, S. 323-349.
- Deakin, S./Hobbs, R. (2007)**, False dawn for CSR? Shifts in regulatory policy and the response of the corporate and financial sectors in Britain, In: *Corporate Governance: An International Review*, 15. Jg., Nr. 1, 2007, S. 68-76.
- DeCarlo, L.T. (1997)**, On the meaning and use of kurtosis, In: *Psychological Methods*, 2. Jg., Nr. 3, 1997, S. 292-307.
- Deci, E.L./Connell, J.P./Ryan, R.M. (1989)**, Self-determination in a work organization, In: *Journal of Applied Psychology*, 74. Jg., Nr. 4, 1989, S. 580-590.
- Defren, T. (2009)**, Desinvestitions-Management: Erfolgsfaktoren in der Verhandlungsphase eines Sell-Offs, Wiesbaden 2009.
- Deshpandé, R. (1983)**, „Paradigms lost“: On theory and method in research in marketing, In: *Journal of Marketing*, 47. Jg., Nr. 4, 1983, S. 101-110.
- Deshpandé, R./Farley, J.U./Webster, F.E. Jr. (1993)**, Corporate culture customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: A quadrad analysis, In: *Journal of Marketing*, 57. Jg., Nr. 1, 1993, S. 23-37.
- DeVellis, R.F. (1991)**, Scale development: Theory and applications, Newbury Park u. a. 1991.
- De Wulf, K./Odekerken-Schröder, G. (2001)**, A critical review of theories underlying relationship marketing in the context of explaining consumer relationships, In: *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 31. Jg., Nr. 1, 2001, S. 73-101.
- Diamantopoulos, A. (2005)**, The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing: A comment, In: *International Journal of Research in Marketing*, 22. Jg., Nr. 1, 2005, S. 1-9.
- Diamantopoulos, A./Schlegelmilch, B.B. (1996)**, Determinants of industrial mail survey response: A survey-on-surveys analysis of researchers' and managers' views, In: *Journal of Marketing Management*, 12. Jg., Nr. 6, 1996, S. 505-531.
- Diamantopoulos, A./Winklhofer, H.M. (2001)**, Index construction with formative indicators: An alternative to scale development, In: *Journal of Marketing Research*, 38. Jg., Nr. 2, 2001, S. 269-277.
- Dillman, D.A. (2000)**, Mail and internet surveys: The tailored design method, New York u. a. 2000.
- Dillman, D.A./Bowker, D.K. (2001)**, The web questionnaire challenge to survey methodologists, In: Reips, U.-D./Bosnjak, M. (Hrsg.): *Dimensions of internet science*, Lengerich 2001, S. 159-178.
- DIN-ISO26000 (2011)**, Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010), Berlin 2011.
- Doll, W.J./Raghunathan, T.S./Lim, J.-S./Gupta, Y.P. (1995)**, A confirmatory factor analysis of the user information satisfaction instrument, In: *Information Systems Research*, 6. Jg., Nr. 2, 1995, S. 177-188.
- Doll, W.J./Xia, W./Torkzadeh, G. (1994)**, A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument, In: *MIS Quarterly*, 19. Jg., Nr. 4, 1994, S. 453-461.
- Donaldson, T./Preston, L.E. (1995)**, The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications, In: *Academy of Management Review*, 20. Jg., Nr. 1, 1995, S. 65-91.

- Dow Jones Sustainability Indexes (2012)**, Corporate sustainability, <http://www.sustainability-indexes.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.jsp>, Abruf: 20.12.2012.
- DPRG (2005)**, DPRG intern, Informationen für Mitglieder, Nr. 9, 20. Dezember 2005, S. 1-14, [http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:551VqLDk8zwJ:dprg.enpress.de/Datei.aspx%3FInDID%3D750%26G%3D200896%26a%3Db+DPRG+virulent&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=ADGEEsGrc2LBDC\\_d-J86va6R1OywGyTa4y779ZjNBVNIwdJ6BOenVaFwok0zqY28qjbyhg\\_gnzhrCMe3DGbUWeNh6ZcAoRtvjXs2pW0IY-hlWNn5\\_4t0PE7L9I9Sm29tKij3GHlpp3l&sig=AHIEtbQyuf8zgGLEo--AAW-Wi3JXJ4KacQ](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:551VqLDk8zwJ:dprg.enpress.de/Datei.aspx%3FInDID%3D750%26G%3D200896%26a%3Db+DPRG+virulent&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=ADGEEsGrc2LBDC_d-J86va6R1OywGyTa4y779ZjNBVNIwdJ6BOenVaFwok0zqY28qjbyhg_gnzhrCMe3DGbUWeNh6ZcAoRtvjXs2pW0IY-hlWNn5_4t0PE7L9I9Sm29tKij3GHlpp3l&sig=AHIEtbQyuf8zgGLEo--AAW-Wi3JXJ4KacQ), Abruf: 06.01.2013.
- DPRG (2012)**, DPRG Meldungen, CSR-Kommunikation, Studie zeigt Status quo und Handlungsbedarf auf/Selbstverständnis und Rahmenbedingungen noch in der Entwicklung, <http://www.dprg.de/Meldungen/Studie-zeigt-Status-quo-und-Handlungsbedarf-auf-Selbstverstaendnis-und-Rahmenbedingungen-noch-in-der-Entwicklung/715>, Abruf: 25.01.2013.
- Duden (2013a)**, Stichwort: Methodologie, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Methodologie>, Abruf: 05.03.2013.
- Duden (2013b)**, Stichwort: Mitarbeiter, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Mitarbeiter#Bedeutung>, Abruf: 11.03.2013.
- Dutton, J.E./Dukerich, J.M./Harquail, C.V. (1994)**, Organizational images and member identification, In: *Administrative Science Quarterly*, 39. Jg., Nr. 2, 1994, S. 239-263.
- Eberl, M. (2004)**, Formative und reflektive Indikatoren im Forschungsprozess: Entscheidungsregeln und die Dominanz des reflektiven Modells, In: Ludwig-Maximilians-Universität München (Hrsg.): *Schriften zur Empirischen Forschung und Quantitativen Unternehmensplanung*, Heft 19, [http://www.imm.bwl.uni-muenchen.de/forschung/schriftenefo/ap\\_efoplan\\_19.pdf](http://www.imm.bwl.uni-muenchen.de/forschung/schriftenefo/ap_efoplan_19.pdf), Abruf: 06.03.2013.
- Eberl, M. (2006)**, Formative und reflektive Konstrukte und die Wahl des Strukturgleichungsverfahrens: Eine statistische Entscheidungshilfe, In: *Die Betriebswirtschaft*, 66. Jg., Nr. 6, 2006, S. 651-668.
- Eberl, M./Schwaiger, M. (2006)**, Segmentspezifischer Aufbau von Unternehmensreputation durch Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, In: *Die Betriebswirtschaft*, 66. Jg., Nr. 4, 2006, S. 418-440.
- Edwards, J.R. (2001)**, Multidimensional constructs in organizational behavior research: An integrative analytical framework, In: *Organizational Research Methods*, 4. Jg., Nr. 2, 2001, S. 144-192.
- Eggert, A. (1999)**, *Kundenbindung aus Kundensicht: Konzeptualisierung, Operationalisierung, Verhaltenswirksamkeit*, Wiesbaden 1999.
- Eggert, A./Fassott, G./Helm, S. (2005)**, Identifizierung und Quantifizierung medierender und moderierender Effekte in komplexen Kausalstrukturen, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): *Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele*, Stuttgart 2005, S. 101-116.
- Eisenberger, R./Armeli, S./Rexwinkel, B./Lynch, P.D./Rhoades, L. (2001)**, Reciprocation of perceived organizational support, In: *Journal of Applied Psychology*, 86. Jg., Nr. 1, 2001, S. 42-51.
- Elci, M./Alpkan, L. (2009)**, The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction, In: *Journal of Business Ethics*, 84. Jg., Nr. 3, 2009, S. 297-311.
- Escrig-Tena, A.B./Bou-Llusar, J.C. (2005)**, A model for evaluating organizational competencies: An application in the context of a quality management initiative, In: *Decision Sciences*, 36. Jg., Nr. 2, 2005, S. 221-257.
- Etheredge, J.M. (1999)**, The perceived role of ethics and social responsibility: An alternative scale structure, In: *Journal of Business Ethics*, 18. Jg., Nr. 1, 1999, S. 51-64.
- Europäische Kommission – Generaldirektion für Unternehmen und Industrie (2013)**, Experten-Gruppe zu CSR und KMU (2013), *Chance und Verantwortung: Wie können mehr kleine Unternehmen dabei unterstützt werden, sozial und ökologisch verantwortlich zu handeln in ihrer unternehmerischen Tätigkeit?* [http://www.csr-in-commerce.eu/data/files/resources/725/com-sme-csr\\_report\\_de.pdf](http://www.csr-in-commerce.eu/data/files/resources/725/com-sme-csr_report_de.pdf), Abruf: 26.04.2013.
- Europäische Kommission (2001)**, GRÜNBUCH: *Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen*, Brüssel 2001.

- Europäische Kommission (2007)**, Chance und Verantwortung: Wie können mehr kleine Unternehmen dabei unterstützt werden, sozial und ökologisch verantwortlich zu handeln in ihrer unternehmerischen Tätigkeit?, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/eg\\_report\\_and\\_key\\_messages/key\\_messages\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/eg_report_and_key_messages/key_messages_de.pdf), Abruf: 26.04.2013.
- Europäische Kommission (2011a)**, Sustainable and responsible business: Corporate social responsibility and small & medium enterprises (SMEs), [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/sme/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/sme/index_en.htm), Abruf: 25.09.2011.
- Europäische Kommission (2011b)**, Nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Unternehmertum: Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR), [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_de.htm), Abruf: 25.09.2011.
- Europäische Kommission (2011c)**, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A renewed EU strategy 2011-14 for corporate social responsibility, Brüssel 2011.
- Europäische Kommission (2011d)**, Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR), Brüssel 2011.
- European SMEs' Good Practice (2005)**, CSR and competitiveness: European SMEs' good practice, consolidated European report, <http://www.kmuforschung.ac.at/de/Projekte/CSR/European%20Report.pdf>, Abruf: 06.01.2013.
- Fassott, G. (2005)**, Die PLS-Pfadmodellierung: Entwicklungsrichtungen, Möglichkeiten, Grenzen, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele, Stuttgart 2005, S. 19-29.
- Fassott, G. (2006)**, Operationalisierung latenter Variablen in Strukturgleichungsmodellen: Eine Standortbestimmung, In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 58. Jg., Nr. 1, 2006, S. 67-88.
- Fassott, G./Eggert, A. (2005)**, Zur Verwendung formativer und reflektiver Indikatoren in Strukturgleichungsmodellen: Bestandsaufnahme und Anwendungsempfehlungen, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele, Stuttgart 2005, S. 31-47.
- Feyerabend, P.K. (1965)**, Problems of empiricism, In: Colodny, R.G. (Hrsg.): Beyond the edge of certainty: Essays in contemporary science and philosophy, Volume 2, University of Pittsburgh Series in the Philosophy of Science, Englewood Cliffs 1965, S. 145-260.
- Finegold, D./Wagner, K. (2002)**, Are apprenticeships still relevant in the 21st century? A case study of changing youth training arrangements in German banks, In: Industrial and Labor Relations Review, 55. Jg., Nr. 4, 2002, S. 667-685.
- Fischer, L./Wiswede, G. (1997)**, Grundlagen der Sozialpsychologie, München u. a. 1997.
- Fisher, R.J. (1993)**, Social desirability bias and the validity of indirect questioning, In: Journal of Consumer Research, 20. Jg., Nr. 2, 1993, S. 303-315.
- Fisher, R.J./Katz, J.E. (2000)**, Social-desirability bias and the validity of self-reported values, In: Psychology & Marketing, 17. Jg., Nr. 2, 2000, S. 105-120.
- Fisher, R.J./Tellis, G.J. (1998)**, Removing social desirability bias with indirect questioning: Is the cure worse than the disease?, In: Advances in Consumer Research, 25. Jg., Nr. 1, 1998, S. 563-567.
- Fleischmann, G. (1966)**, Nationalökonomie und sozialwissenschaftliche Integration, Tübingen 1966.
- Foa, E.B./Foa, U.G. (1980)**, Resource theory: Interpersonal behavior as exchange, In: Gergen, K.J./Greenberg, M.S./Willis, R.H. (Hrsg.): Social exchange: Advances in theory and research, New York u. a. 1980, S. 77-94.
- Fojut, S. (2008)**, Editorial: Gute Daten sind wie „heilige Kühe“, salesbusiness Ausgabe Nr. 2008-10, <http://www.salesbusiness.de/index.php?do=show&alloc=176&id=15238>, Abruf: 26.04.2013.
- Fornell, C./Bookstein, F.L. (1982)**, Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory, In: Journal of Marketing Research, 19. Jg., Nr. 4, 1982, S. 440-452.



- Fornell, C./Gur-Arie, O. (1983)**, Validity assessment in covariance structure analysis via selection procedures, In: Darden, W.R./Monroe, K.B./Dillon, W.R. (Hrsg.): 1983 AMA Winter Educators' Conference: Research methods and causal modeling in marketing, Chicago 1983, S. 253-258.
- Fornell, C./Larcker, D.F. (1981)**, Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, In: Journal of Marketing Research, 18. Jg., Nr. 1, 1981, S. 39-50.
- Fraj-Andrés, E./Martinez-Salinas, E./Matute-Vallejo, J. (2009)**, A multidimensional approach to the influence of environmental marketing and orientation on the firm's organizational performance, In: Journal of Business Ethics, 88. Jg., Nr. 2, 2009, S. 263-286.
- Frank, U. (2003)**, Einige Gründe für die Wiederbelebung der Wissenschaftstheorie, In: Die Betriebswirtschaft, 63. Jg., Nr. 3, 2003, S. 278-292.
- Franke, N. (2000)**, Marketingwissenschaft: Eine empirische Positionsbestimmung, In: Backhaus, K. (Hrsg.): Deutschsprachige Marketingforschung: Bestandsaufnahme und Perspektiven, Stuttgart 2000, S. 409-444.
- Freeman, R.E. (1984)**, Strategic management: A stakeholder approach, Boston 1984.
- Freeman, R.E. (2010)**, Strategic management: A stakeholder approach, Cambridge u. a. 2010.
- Freiling, J. (2001)**, Ressourcenorientierte Reorganisationen: Problemanalyse und Change Management auf der Basis des Resource-based View, Wiesbaden 2001.
- Friedman, A.L./Miles, S. (2002)**, Developing stakeholder theory, In: Journal of Management Studies, 39. Jg., Nr. 1, 2002, S. 1-21.
- Friedrichs, J. (1990)**, Methoden empirischer Sozialforschung, 14. Auflage, Opladen 1990.
- Fritz, J.M.H./Arnett, R.C./Conkel, M. (1999)**, Organizational ethical standards and organizational commitment, In: Journal of Business Ethics, 20. Jg., Nr. 4, 1999, S. 289-299.
- Fritz, W. (1984)**, Warentest und Konsumgüter-Marketing: Forschungskonzeption und Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Wiesbaden 1984.
- Fritz, W. (1995)**, Marketing-Management und Unternehmenserfolg: Grundlagen und Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, 2. Auflage, Stuttgart 1995.
- Gabler Verlag (2013a)**, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Reliabilität, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57492/reliabilitaet-v5.html>, Abruf: 10.01.2013.
- Gabler Verlag (2013b)**, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Käufer- und Konsumentenverhalten, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9811/kaeuffer-und-konsumentenverhalten-v10.html>, Abruf: 24.01.2013.
- Gabler Verlag (2013c)**, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Corporate Social Responsibility, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5128/corporate-social-responsibility-v9.html>, Abruf: 25.01.2013.
- Gabler Verlag (2013d)**, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Validität, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/978/validitaet-v6.html>, Abruf: 05.03.2013.
- Gavin, J.F./Maynard, W.S. (1975)**, Perceptions of corporate social responsibility, In: Personnel Psychology, 28. Jg., Nr. 3, 1975, S. 377-387.
- Gerbing, D.W./Anderson, J.C. (1988)**, An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment, In: Journal of Marketing Research, 25. Jg., Nr. 2, 1988, S. 186-192.
- GfK Compact (2009)**, Verantwortung beginnt im Betrieb, Oktober 2009, [http://www.gfk-compact.de/index.php?article\\_id=152&clang=0](http://www.gfk-compact.de/index.php?article_id=152&clang=0), Abruf: 25.01.2013.
- Gibson, K. (2000)**, The moral basis of stakeholder theory, In: Journal of Business Ethics, 46. Jg., Nr. 3, 2000, S. 245-257.
- Giere, J. (2007)**, Marketingflexibilität: Eine empirische Analyse ihrer Konzeptionalisierung, Operationalisierung und Erfolgswirkung, Wiesbaden 2007.
- Giere, J./Wirtz, B.W./Schilke, O. (2006)**, Mehrdimensionale Konstrukte: Konzeptionelle Grundlagen und Möglichkeiten ihrer Analyse mithilfe von Strukturgleichungsmodellen, In: Die Betriebswirtschaft, 66. Jg., Nr. 6, 2006, S. 678-695.

- Global Reporting Initiative (2012)**, GRI G3 and G3.1 update – Comparison sheet, <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Comparison-Sheet.pdf>, Abruf: 20.12.2012.
- Gmür, M./Schwerdt, B. (2005)**, Der Beitrag des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg. Eine Metaanalyse nach 20 Jahren Erfolgsfaktorenforschung, In: Zeitschrift für Personalforschung, 19. Jg., Nr. 3, 2005, S. 221-251.
- Godos-Diez, J.-L./Fernández-Gago, R./Martinez-Campillo, A. (2011)**, How important are CEOs to CSR practices? An analysis of the mediating effect of the perceived role of ethics and social responsibility, In: Journal of Business Ethics, 98. Jg., Nr. 4, 2011, S. 531-548.
- Goldman, M.S./Greenbaum, P.E./Darkes, J. (1997)**, A confirmatory test of hierarchical expectancy structure and predictive power: Discriminant validation of the alcohol expectancy questionnaire, In: Psychological Assessment, 9. Jg., Nr. 2, 1997, S. 145-157.
- Gond, J.-P./El-Akremi, A./Igalens, J./Swaen, V. (2010)**, Corporate social responsibility influence on employees, In: Nottingham University Business School, International Centre for Corporate Social Responsibility (Hrsg.): No. 54-2010 ICCSR Research Paper Series, <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/assets/muihqmluwosf.pdf>, Abruf: 18.02.2013.
- Göritz, A.S. (2006)**, Incentives in web studies: Methodological issues and a review, In: International Journal of Internet Science, 1. Jg., Nr. 1, 2006, S. 58-70.
- Göritz, A.S. (2007)**, Belohnungen in Online-Befragungen, In: Welker, M./Wenzel, O. (Hrsg.): Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien, Köln 2007, S. 119-131.
- Götz, O./Liehr-Gobbers, K. (2004)**, Analyse von Strukturgleichungsmodellen mit Hilfe der Partial-Least-Squares(PLS)-Methode, In: Die Betriebswirtschaft, 64. Jg., Nr. 6, 2004, S. 714-738.
- Grasl, R. (2007)**, Corporate Social Responsibility – Aspekte von CSR-Aktivitäten und ihre Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg, Diplomarbeit, Universität Wien, Wien 2007.
- Graves, S.B./Waddock, S.A. (1994)**, Institutional owners and social performance, In: Academy of Management Journal, 37. Jg., Nr. 4, 1994, S. 1034-1046.
- Greenberg, J. (1986)**, Determinants of perceived fairness of performance evaluations, In: Journal of Applied Psychology, 71. Jg., Nr. 2, 1986, S. 340-342.
- Greenhalgh, L./Rosenblatt, Z. (1984)**, Job insecurity: Towards conceptual clarity, In: Academy of Management Review, 9. Jg., Nr. 3, 1984, S. 438-448.
- Greenhaus, J.H./Collins, K.M./Shaw, J.D. (2002)**, The relation between work-family balance and quality of life, In: Journal of Vocational Behavior, 63. Jg., Nr. 3, 2003, S. 510-531.
- Greening, D.W./Turban, D.B. (2000)**, Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce, In: Business & Society, 39. Jg., Nr. 3, 2000, S. 254-280.
- Greving, B. (2009)**, Messen und Skalieren von Sachverhalten, In: Albers, S./Klapper, D./Konradt, U./Walter, A./Wolf, J. (Hrsg.): Methodik der empirischen Forschung, 3. Auflage, Wiesbaden 2009, S. 65-78.
- Griffin, J.J./Mahon, J.F. (1997)**, The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research, In: Business & Society, 36. Jg., Nr. 1, 1997, S. 5-31.
- Groves, R.M. (2004)**, Survey errors and survey costs, Hoboken 2004.
- Gunay, S.G. (2010)**, The determinants of corporate social responsibility in Turkey, In: European Journal of Social Sciences, 17. Jg., Nr. 3, 2010, S. 404-413.
- Guthrie, J.P./Coate, C.J./Schwoerer, C.E. (1998)**, Career management strategies: The role of personality, In: Journal of Managerial Psychology, 13. Jg., Nr. 5/6, 1998, S. 371-386.
- Haase, D. (1997)**, Organisationsstruktur und Mitarbeiterbindung: Eine empirische Analyse in Kreditinstituten, Köln 1997.
- Haenlein, M./Kaplan, A.M. (2004)**, A beginner's guide to partial least squares analysis, In: Understanding Statistics, 3. Jg., Nr. 4, 2004, S. 283-297.
- Hafermalz, O. (1976)**, Schriftliche Befragung – Möglichkeiten und Grenzen, Wiesbaden 1976.
- Hair, J.F. Jr./Black, W.C./Babin, B.J./Anderson, R.E. (2010)**, Multivariate data analysis: A global perspective, 7. Auflage, Upper Saddle River 2010.

- Hammann, E.-M./Habisch, A./Pechlaner, H. (2009)**, Values that create value: Socially responsible business practices in SMEs – Empirical evidence from German companies, In: *Business Ethics: A European Review*, 18. Jg., Nr. 1, 2009, S. 37-51.
- Hansen, R.S. (1992)**, A multidimensional scale for measuring business ethics: A purification and refinement, In: *Journal of Business Ethics*, 11. Jg., Nr. 7, 1992, S. 523-534.
- Hansen, U./Schrader, U. (2005)**, Corporate Social Responsibility als aktuelles Thema der Betriebswirtschaftslehre, In: *Die Betriebswirtschaft*, 65. Jg., Nr. 4, 2005, S. 373-395.
- Hardtke, A. (2011)**, Das CSR-Universum, In: Hardtke, A./Kleinfeld, A. (Hrsg.): *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung*, Wiesbaden 2011, S. 13-70.
- Harman, H.H. (1960)**, *Modern factor analysis*, Chicago 1960.
- Hartline, M.D./Ferrell, O.C. (1996)**, The management of customer-contact service employees: An empirical investigation, In: *Journal of Marketing*, 60. Jg., Nr. 4, 1996, S. 52-70.
- Harvey, R.J./Billings, R.S./Nilan, K.J. (1985)**, Confirmatory factor analysis of the job diagnostic survey: Good news and bad news, In: *Journal of Applied Psychology*, 70. Jg., Nr. 3, 1985, S. 461-468.
- Haug, S. (2004)**, Wissenschaftstheoretische Problembereiche empirischer Wirtschafts- und Sozialforschung. Induktive Forschungslogik, naiver Realismus, Instrumentalismus, Relativismus, In: Frank, U. (Hrsg.): *Wissenschaftstheorie in Ökonomie und Wirtschaftsinformatik: Theoriebildung und -bewertung, Ontologien, Wissensmanagement*, Wiesbaden 2004, S. 85-107.
- Hauptmanns, P./Lander, B. (2003)**, Zur Problematik von Internet-Stichproben, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): *Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen*, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 27-40.
- Hayes, B.E. (1994)**, How to measure empowerment, In: *Quality Progress*, February, 1994, S. 41-46.
- Heerwegh, D. (2004)**, Using progress indicators in web surveys, Center for Survey Methodology, paper prepared for the 59th AAPOR conference, 13th-16th May 2004, Phoenix/Arizona, <https://perswww.kuleuven.be/~u0034437/public/Files/Heerwegh%20Using%20Progress%20Indicators.pdf>, Abruf: 06.03.2013.
- Heibel, M. (2009)**, Das wahrgenommene Umweltbewusstsein einer Automarke und dessen Effekt auf die Beziehung zum Verbraucher, Diplomarbeit, München 2009.
- Heidemann, W. (2005)**, Human Resource Management als Praxisfeld von Corporate Social Responsibility, In: Hans Böckler Stiftung in Kooperation mit dem Deutschen Gewerkschaftsbund (Hrsg.): *Dokumentation des Workshops Corporate Social Responsibility (CSR): Neue Handlungsfelder für Arbeitnehmervertretungen*, 25. Januar 2005, Berlin 2005, S. 14-17.
- Heise, J.A. (1985)**, Toward closing the confidence gap: An alternative approach to communication between public and government, In: *Public Administration Quarterly*, 9. Jg., Nr. 2, 1985, S. 196-217.
- Helm, S./Ludger, R./Günter, B. (2006)**, Suppliers' willingness to end unprofitable customer relationships: An exploratory investigation in the German mechanical engineering sector, In: *European Journal of Marketing*, 40. Jg., Nr. 3/4, 2006, S. 366-383.
- Herrmann, A./Huber, F. (2000)**, Determinanten des Erfolgs von quality function deployment-Projekten, In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 70. Jg., Nr. 1, 2000, S. 27-53.
- Herrmann, A./Huber, F./Kressmann, F. (2006)**, Varianz- und kovarianzbasierte Strukturgleichungsmodelle – Ein Leitfaden zu deren Spezifikation, Schätzung und Beurteilung, In: *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 58. Jg., Nr. 1, 2006, S. 34-66.
- Hermanns, A./Kiendl, S./Marwitz, C. (2004)**, Sponsoring: Wichtiger Beitrag zur effektiven Markenführung, In: *Markenartikel*, 2004, S. 14-21.
- Hildebrandt, L. (1984)**, Kausalanalytische Validierung in der Marketingforschung, In: *Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 6. Jg., Nr. 1, 1984, S. 41-51.
- Hildebrandt, L./Görtz, N. (1999)**, Zum Stand der Kausalanalyse mit Strukturgleichungsmodellen: Methodische Trends und Softwareentwicklungen, Discussion Paper 46, Humboldt Universität Berlin 1999, <http://edoc.hu-berlin.de/series/sfb-373-papers/1999-46/PDF/46.pdf>, Abruf: 20.03.2013.

- Hildebrandt, L./Temme, D. (2006)**, Probleme der Validierung mit Strukturgleichungsmodellen, In: Die Betriebswirtschaft, 66. Jg., Nr. 6, 2006, S. 618-639.
- Himme, A. (2009)**, Gütekriterien der Messung: Reliabilität, Validität und Generalisierbarkeit, In: Albers, S./Klapper, D./Konradt, U./Walter, A./Wolf, J. (Hrsg.): Methodik der empirischen Forschung, 3. Auflage, Wiesbaden 2009, S. 485-500.
- Hiß, S. (2006)**, Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch, Frankfurt am Main 2006.
- Ho, M.-H. (2008)**, Exploring the relationships between employees' perception of corporate social responsibility, personality, job satisfaction, and organisational commitment, [http://etdncu.lib.ncku.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view\\_etd?URN=etd-0618108-215554](http://etdncu.lib.ncku.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view_etd?URN=etd-0618108-215554), Abruf: 07.03.2013.
- Hogg, M.A./Abrams, D. (1988)**, Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes, London 1988.
- Hogg, M.A./Terry, D.J./White, K.M. (1995)**, A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory, In: Social Psychology Quarterly, 58. Jg., Nr. 4, 1995, S. 255-269.
- Hollaus, M. (2007)**, Der Einsatz von Online-Befragungen in der empirischen Sozialforschung, Aachen 2007.
- Homans, G.C. (1958)**, Social behavior as exchange, In: American Journal of Sociology, 63. Jg., Nr. 6, 1958, S. 597-606.
- Homans, G.C. (1961)**, Social behaviour: Its elementary forms, London 1961.
- Homans, G. (1972)**, Grundfragen soziologischer Theorie, Opladen 1972.
- Homburg, C. (2000)**, Kundennähe von Industriegüterunternehmen: Konzeption – Erfolgsauswirkung – Determinanten, 3. Auflage, Wiesbaden 2000.
- Homburg, C./Baumgartner, H. (1995a)**, Beurteilung von Kausalmodellen: Bestandsaufnahme und Anwendungsempfehlungen, In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 17. Jg., Nr. 3, 1995, S. 162-176.
- Homburg, C./Baumgartner, H. (1995b)**, Die Kausalanalyse als Instrument der Marketingforschung: Eine Bestandsaufnahme, In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 65. Jg., Nr. 10, 1995, S. 1091-1108.
- Homburg, C./Baumgartner, H. (1998)**, Beurteilung von Kausalmodellen: Bestandsaufnahme und Anwendungsempfehlungen, In: Hildebrandt, L./Homburg, C. (Hrsg.): Die Kausalanalyse: Ein Instrument der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, Stuttgart 1998, S. 343-369.
- Homburg, C./Dobratz, A. (1991)**, Iterative Modellselektion in der Kausalanalyse, In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 43. Jg., Nr. 3, 1991, S. 213-237.
- Homburg, C./Dobratz, A. (1992)**, Covariance structure analysis via specification searches, In: Statistical Papers, 33. Jg., 1992, S. 119-142.
- Homburg, C./Dobratz, A. (1998)**, Iterative Modellselektion in der Kausalanalyse, In: Hildebrandt, L./Homburg, C. (Hrsg.): Die Kausalanalyse: Ein Instrument der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, Stuttgart 1998, S. 447-474.
- Homburg, C./Giering, A. (1996)**, Konzeptualisierung und Operationalisierung komplexer Konstrukte: Ein Leitfaden für die Marketingforschung, In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 18. Jg., Nr. 1, 1996, S. 5-24.
- Homburg, C./Giering, A. (1998)**, Konzeptualisierung und Operationalisierung komplexer Konstrukte – Ein Leitfaden für die Marketingforschung, In: Hildebrandt, L./Homburg, C. (Hrsg.): Die Kausalanalyse: Ein Instrument der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, Stuttgart 1998, S. 111-146.
- Homburg, C./Hildebrandt, L. (1998)**, Die Kausalanalyse: Bestandsaufnahme, Entwicklungsrichtungen, Problemfelder, In: Hildebrandt, L./Homburg, C. (Hrsg.): Die Kausalanalyse: Ein Instrument der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, Stuttgart 1998, S. 15-43.
- Homburg, C./Klarmann, M. (2006)**, Die Kausalanalyse in der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung – Problemfelder und Anwendungsempfehlungen, In: Die Betriebswirtschaft, 66. Jg., Nr. 6, 2006, S. 727-748.

- Homburg, C./Klarmann, M./Pfleßer, C. (2008)**, Konfirmatorische Faktorenanalyse, In: Herrmann, A./Homburg, C./Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 3. Auflage, Wiesbaden 2008, S. 271-303.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2008)**, Der Prozess der Marktforschung: Festlegung der Datenerhebungsmethode, Stichprobenbildung und Fragebogengestaltung, In: Herrmann, A./Homburg, C./Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 3. Auflage, Wiesbaden 2008, S. 21-51.
- Homburg, C./Stock, R.M. (2004)**, The link between salespeople's job satisfaction and customer satisfaction in a business-to-business context: A dyadic analysis, In: Journal of the Academy of Marketing Science, 32. Jg., Nr. 2, 2004, S. 144-158.
- Homburg, C./Sütterlin, S. (1990)**, Kausalmodelle in der Marketingforschung: EQS als Alternative zu LISREL?, In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 12. Jg., Nr. 3, 1990, S. 181-192.
- Hoque, K. (2003)**, All in all, it's just another plaque on the wall: The incidence and impact of the investors in people standard, In: Journal of Management Studies, 40. Jg., Nr. 2, 2003, S. 543-571.
- HR Gateway (2004)**, HResponsibility: Where diversity and CSR meet, [http://www.article13.com/A13\\_OurPress.asp?strAction=GetPublication&PNID=919](http://www.article13.com/A13_OurPress.asp?strAction=GetPublication&PNID=919), Abruf: 01.04.2013.
- Hu, L.-T./Bentler, P.M. (1995)**, Evaluating model fit, In: Hoyle, R.H. (Hrsg.): Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications, Thousand Oaks u. a. 1995, S. 76-99.
- Hu, L.-t./Bentler, P.M. (1999)**, Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives, In: Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6. Jg., Nr. 1, 1999, S. 1-55.
- Huang, T.-C./Lawler, J./Lei, C.-Y. (2007)**, The effects of quality of work life on commitment and turnover intention, In: Social Behavior and Personality, 35. Jg., Nr. 6, 2007, S. 735-750.
- Huber, F./Matthes, I. (2007)**, Sponsoringwirkung auf Einstellung und Kaufabsicht: Theoretische Grundlagen und Ergebnisse einer empirischen Studie, In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 29. Jg., Nr. 2, 2007, S. 90-104.
- Hulland, J. (1999)**, Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies, In: Strategic Management Journal, 20. Jg., Nr. 2, 1999, S. 195-204.
- Hult, G.T.M./Ketchen, D.J. Jr./Nichols, E.L. Jr. (2002)**, An examination of cultural competitiveness and order fulfillment cycle time within supply chains, In: Academy of Management Journal, 45. Jg., Nr. 3, 2002, S. 577-586.
- Hunt, S.D. (1990)**, Truth in marketing theory and research, In: Journal of Marketing, 54. Jg., Nr. 3, 1990, S. 1-15.
- Hunt, S.D. (1991)**, Modern marketing theory: Critical issues in the philosophy of marketing science, Cincinnati 1991.
- Hunt, S.D./Chonko, L.B./Wood, Van R. (1985)**, Organizational commitment and marketing, In: Journal of Marketing, 49. Jg., Nr. 1, 1985, S. 112-126.
- Hunt, S.D./Wood, Van R./Chonko, L.B. (1989)**, Corporate ethical values and organizational commitment in marketing, In: Journal of Marketing, 53. Jg., Nr. 3, 1989, S. 79-90.
- Hurrle, B./Kieser, A. (2005)**, Sind Key Informants verlässliche Datenlieferanten?, In: Die Betriebswirtschaft, 65. Jg., Nr. 6, 2005, S. 584-602.
- Hussey, D.M./Eagan, P.D. (2007)**, Using structural equation modeling to test environmental performance in small and medium-sized manufacturers: Can SEM help SMEs?, In: Journal of Cleaner Production, 15. Jg., Nr. 4, 2007, S. 303-312.
- Iacobucci, D./Churchill, G.A. Jr. (2010)**, Marketing research: Methodological foundations, 10. Auflage, Mason 2010.
- InnoTrain CSR (2012a)**, Strategische Instrumente für CSR: Modelle der Mitarbeiterbeteiligung, [http://www.csr-training.eu/fileadmin/downloads/DE/DE\\_4/DE\\_4\\_7.pdf](http://www.csr-training.eu/fileadmin/downloads/DE/DE_4/DE_4_7.pdf), Abruf: 30.10.2012.
- InnoTrain CSR (2012b)**, Strategic tools for CSR: Models of employee participation, [http://www.csr-training.eu/fileadmin/downloads/EN/EN\\_4/EN\\_4\\_7.pdf](http://www.csr-training.eu/fileadmin/downloads/EN/EN_4/EN_4_7.pdf), Abruf: 30.10.2012.
- Institut der deutschen Wirtschaft (2010)**, Corporate Social Responsibility: Strategie oder Marketing?, <http://www.iwkoeln.de/de/infodienste/wirtschaft-und-ethik/beitrag/53221>, Abruf: 06.03.2013.

- Jacoby, J. (1978)**, Consumer research: How valid and useful are all our consumer behavior research findings? A state of the art review, In: *Journal of Marketing*, 42. Jg., Nr. 2, 1978, S. 87-96.
- Jaramillo, F./Mulki, J.P./Solomon, P. (2006)**, The role of ethical climate on salesperson's role stress, job attitudes, turnover intention, and job performance, In: *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26. Jg., Nr. 3, 2006, S. 271-282.
- Jaros, S. (2007)**, Meyer and Allen model of organizational commitment: Measurement issues, In: *The ICFAI Journal of Organizational Behavior*, 6. Jg., Nr. 4, 2007, S. 7-25.
- Jarvis, C.B./MacKenzie, S.B./Podsakoff, P.M. (2003)**, A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research, In: *Journal of Consumer Research*, 30. Jg., Nr. 2, 2003, S. 199-218.
- Jaworski, B.J./Kohli, A.K. (1993)**, Market orientation: Antecedents and consequences, In: *Journal of Marketing*, 57. Jg., Nr. 3, 1993, S. 53-70.
- Jenkins, H. (2004)**, A critique of conventional CSR theory: An SME perspective, In: *Journal of General Management*, 29. Jg., Nr. 4, 2004, S. 37-57.
- Jo, M.-S. (2000)**, Controlling social-desirability bias via method factors of direct and indirect questioning in structural equation models, In: *Psychology & Marketing*, 17. Jg., Nr. 2, 2000, S. 137-148.
- Johnson, R.A./Greening, D.W. (1999)**, The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance, In: *Academy of Management Journal*, 42. Jg., Nr. 5, 1999, S. 564-576.
- Jöreskog, K.G. (1966)**, Testing a simple structure hypothesis in factor analysis, In: *Psychometrika*, 31. Jg., Nr. 2, 1966, S. 165-178.
- Jöreskog, K.G. (1967)**, Some contributions to maximum likelihood factor analysis, In: *Psychometrika*, 32. Jg., Nr. 4, 1967, S. 443-482.
- Jöreskog, K.G. (1969)**, A general approach to confirmatory maximum likelihood factor analysis, In: *Psychometrika*, 34. Jg., Nr. 2, 1969, S. 183-202.
- Jöreskog, K.G. (1970)**, A general method for analysis of covariance structures, In: *Biometrika*, 57. Jg., Nr. 2, 1970, S. 239-251.
- Jöreskog, K.G./Sörbom, D. (1982)**, Recent developments in structural equation modeling, In: *Journal of Marketing Research*, 19. Jg., Nr. 4, 1982, S. 404-416.
- Jöreskog, K./Sörbom, D. (1993)**, LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language, Lincolnwood 1993.
- Jorgensen, A.H. (1990)**, Thinking-aloud in user interface design: A method promoting cognitive ergonomics, In: *Ergonomics*, 33. Jg., Nr. 4, 1990, S. 501-507.
- Kaiser, H.F. (1970)**, A second generation little jiffy, In: *Psychometrika*, 35. Jg., Nr. 4, 1970, S. 401-415.
- Kaiser, H.F./Rice, J. (1974)**, Little jiffy, mark IV, In: *Educational and Psychological Measurement*, 34. Jg., Nr. 1, 1974, S. 111-117.
- Kanuk, L./Berenson, C. (1975)**, Mail surveys and response rates: A literature review, In: *Journal of Marketing Research*, 12. Jg., Nr. 4, 1975, S. 440-453.
- Karatepe, O.M./Yavas, U./Babakus, E. (2007)**, The effects of customer orientation and job resources on frontline employees' job outcomes, In: *Services Marketing Quarterly*, 29. Jg., Nr. 1, 2007, S. 61-79.
- Karmasin, M./Weder, F. (2011)**, CSR nachgefragt: Kann man Ethik messen? Die Befragung als Methode der Rekonstruktion von CSR, In: Raupp, J./Jarolimek, S./Schultz, F. (Hrsg.): *Handbuch CSR: Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen*, Wiesbaden 2011, S. 463-479.
- Karst, K./Segler, T./Gruber, K.F. (2000)**, Unternehmensstrategien erfolgreich umsetzen durch Commitment Management, Berlin u. a. 2000.
- Keraita, J.M./Oloko, M.A./Elijah, C.M. (2013)**, The influence of internal corporate social responsibility on employee commitment in the banking sector: A survey of commercial banks in Kisii Town, Kenya, In: *International Journal of Arts and Commerce*, 2. Jg., Nr. 1, 2013, S. 59-76.
- Kerlinger, F.N./Lee, H.B. (2000)**, *Foundations of behavioral research*, 4. Auflage, Fort Worth u. a. 2000.

- Kern, M. (1979)**, Klassische Erkenntnistheorien und moderne Wissenschaftslehre, In: Raffée, H./Abel, B. (Hrsg.): Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften, München 1979, S. 11-27.
- Kerner, J.C. (2009)**, Erfolgsfaktoren des internationalen Outsourcing-Projektmanagements: Konzeptionalisierung – Operationalisierung – Messung, Hamburg 2009.
- Kim, H.-R./Lee, M./Lee, H.-T./Kim, N.-M. (2010)**, Corporate social responsibility and employee-company identification, In: Journal of Business Ethics, 95. Jg., Nr. 4, 2010, S. 557-569.
- King, M.F./Bruner, G.C. (2000)**, Social desirability bias: A neglected aspect of validity testing, In: Psychology & Marketing, 17. Jg., Nr. 2, 2000, S. 79-103.
- Kipkebut, D.J. (2010)**, Human resource management practices and organizational commitment in higher educational institutions: A Kenyan case, In: The IUP Journal of Organizational Behavior, 9. Jg., Nr. 1 & 2, 2010, S. 45-70.
- Kirkman, B.L./Rosen, B. (1999)**, Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment, In: Academy of Management Journal, 42. Jg., Nr. 1, 1999, S. 58-74.
- Klarmann, M. (2008)**, Methodische Problemfelder der Erfolgsfaktorenforschung: Bestandsaufnahme und empirische Analysen, Wiesbaden 2008.
- Kleinert, M. (2013)**, „Handle und kommuniziere glaubwürdig“, <http://www.csrforum.eu/topstories-sammlung/handle-und-kommuniziere-glaubwuerdig/>, Abruf: 15.02.2013.
- Kleinfeld, A./Schnurr, J. (2011)**, CSR erfolgreich umsetzen, In: Hardtke, A./Kleinfeld, A. (Hrsg.): Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung, Wiesbaden 2011, S. 286-376.
- Kline, R.B. (2010)**, Principles and practice of structural equation modeling, 3. Auflage, New York 2010.
- Knoepfel, I. (2001)**, Dow Jones Sustainability Group Index: A global benchmark for corporate sustainability, In: Corporate Environmental Strategy, 8. Jg., Nr. 1, 2001, S. 6-15.
- Ko, J.-W./Price, J.L./Mueller, C.W. (1997)**, Assessment of Meyer and Allen's three-component model of organizational commitment in South Korea, In: Journal of Applied Psychology, 82. Jg., Nr. 6, 1997, S. 961-973.
- Kok, P./van der Wiele, T./McKenna, R./Brown, A. (2001)**, A corporate social responsibility audit within a quality management framework, In: Journal of Business Ethics, 31. Jg., Nr. 4, 2001, S. 285-297.
- König, D. (2010)**, Vollerhebung oder Teilerhebung (Stichprobe)?, <http://www.marketing-koenig.de/vollerhebung-oder-teilerhebung-stichprobe/>, Abruf: 28.03.2013.
- Kopalle, P.K./Lehmann, D.R. (1997)**, Alpha inflation? The impact of eliminating scale items on Cronbach's alpha, In: Organizational Behavior and Human Decision Processes, 70. Jg., Nr. 3, 1997, S. 189-197.
- Korschun, D./Bhattacharya, C.B./Sen, S. (2009)**, Using corporate social responsibility to strengthen employee and customer relationships, In: Advances in Consumer Research, 8. Jg., 2009, S. 64-66.
- Krafft, M./Götz, O./Liehr-Gobbers, K. (2005)**, Die Validierung von Strukturgleichungsmodellen mit Hilfe des Partial-Least-Squares (PLS)-Ansatzes, In: Bliemel, F./Eggert, A./Fassott, G./Henseler, J. (Hrsg.): Handbuch PLS-Pfadmodellierung: Methode, Anwendung, Praxisbeispiele, Stuttgart 2005, S. 71-86.
- Krahmer, E./Ummelen, N. (2004)**, Thinking about thinking aloud: A comparison of two verbal protocols for usability testing, In: IEEE Transactions on Professional Communication, 47. Jg., Nr. 2, 2004, S. 105-117.
- Kraimer, M.L./Seibert, S.E./Liden, R.C. (1999)**, Psychological empowerment as a multidimensional construct: A test of construct validity, In: Educational and Psychological Measurement, 59. Jg., Nr. 1, 1999, S. 127-142.
- Kreikebaum, H./Behnam, M./Gilbert, D.U. (2001)**, Management ethischer Konflikte in international tätigen Unternehmen, Wiesbaden 2001.
- Kroeber-Riel, W./Weinberg, P. (2003)**, Konsumentenverhalten, 8. Auflage, München 2003.

- Kromrey, H. (2006a)**, Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung, 11. Auflage, Stuttgart 2006.
- Kromrey, H. (2006b)**, Wissenschaftstheoretische Anforderungen an empirische Forschung und die Problematik ihrer Beachtung in der Evaluation, Oder: Wie sich die Evaluationsforschung um das Evaluieren drückt, 33. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, 9.-13. Oktober 2006, Universität Kassel, [http://www.hkromrey.de/Kromrey\\_Eval-Wissth\\_DGS.pdf](http://www.hkromrey.de/Kromrey_Eval-Wissth_DGS.pdf), Abruf: 20.03.2013.
- Kruskal, W.H./Wallis, W.A. (1952)**, Use of ranks in one-criterion variance analysis, In: Journal of the American Statistical Association, 47. Jg., Nr. 260, 1952, S. 583-621.
- Kubicek, H. (1977)**, Heuristische Bezugsrahmen und heuristisch angelegte Forschungsdesigns als Elemente einer Konstruktionsstrategie empirischer Forschung, In: Köhler, R. (Hrsg.): Empirische und handlungstheoretische Forschungskonzeptionen in der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 1977, S. 3-36.
- Kumar, N./Scheer, L.K./Steenkamp, J.-B.E.M. (1993)**, Powerful suppliers, vulnerable resellers, and the effects of supplier fairness: A cross-national study, ISBM Report 11-1993, <http://isbm.smeal.psu.edu/library/working-paper-articles/1993-working-papers/11-1993-powerful-suppliers.pdf>, Abruf: 20.03.2013.
- Kumar, N./Stern, L.W./Anderson, J.C. (1993)**, Conducting interorganizational research using key informants, In: Academy of Management Journal, 36. Jg., Nr. 6, 1993, S. 1633-1651.
- Kuß, A./Tomczak, T. (2007)**, Käuferverhalten: Eine marketingorientierte Einführung, 4. Auflage, Stuttgart 2007.
- Lafferty, B.A./Goldsmith, R.E. (1999)**, Corporate credibility's role in consumers' attitudes and purchase intentions when a high versus a low credibility endorser is used in the ad, In: Journal of Business Research, 44. Jg., Nr. 2, 1999, S. 109-116.
- Lakatos, I. (1974)**, Falsifikation und die Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme, In: Lakatos, I./Musgrave, A. (Hrsg.): Kritik und Erkenntnisfortschritt: Abhandlungen des Internationalen Kolloquiums über die Philosophie der Wissenschaft, Braunschweig 1974, S. 89-189.
- Lambe, C.J./Wittmann, C.M./Spekman, R.E. (2001)**, Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange, In: Journal of Business-to-Business Marketing, 8. Jg., Nr. 3, 2001, S. 1-36.
- Lambert, E. (2003)**, The impact of organizational justice on correctional staff, In: Journal of Criminal Justice, 31. Jg., Nr. 2, 2003, S. 155-168.
- Lambert, E.G./Cluse-Tolar, T./Pasupuleti, S./Hall, D.E./Jenkins, M. (2005)**, The impact of distributive and procedural justice on social service workers, In: Social Justice Research, 18. Jg., Nr. 4, 2005, S. 411-427.
- Lambert, E.G./Hogan, N.L./Jiang, S. (2008)**, Exploring antecedents of five types of organizational commitment among correctional staff: It matters what you measure, In: Criminal Justice Policy Review, 19. Jg., Nr. 4, 2008, S. 466-490.
- Lassar, W./Mittal, B./Sharma, A. (1995)**, Measuring customer-based brand equity, In: Journal of Consumer Marketing, 12. Jg., Nr. 4, 1995, S. 11-19.
- Laudan, L. (1977)**, Progress and its problems: Towards a theory of scientific growth, London 1977.
- Law, K.S./Wong, C.-S. (1999)**, Multidimensional constructs in structural equation analysis: An illustration using the job perception and job satisfaction constructs, In: Journal of Management, 25. Jg., Nr. 2, 1999, S. 143-160.
- Law, K.S./Wong, C.-S./Mobley, W.M. (1998)**, Toward a taxonomy of multidimensional constructs, In: Academy of Management Review, 23. Jg., Nr. 4, 1998, S. 741-755.
- Lee, C.H./Bruvold, N.T. (2003)**, Creating value for employees: Investment in employee development, In: International Journal of Human Resource Management, 14. Jg., Nr. 6, 2003, S. 981-1000.
- Lee, Y.-K./Nam, J.-H./Park, D.-H./Lee, K.A. (2006)**, What factors influence customer-oriented prosocial behavior of customer-contact employees?, In: Journal of Services Marketing, 20. Jg., Nr. 4, 2006, S. 251-264.



- Lemmergaard, J./Lauridsen, J. (2008)**, The ethical climate of Danish firms: A discussion and enhancement of the ethical-climate model, In: *Journal of Business Ethics*, 80. Jg., Nr. 4, 2008, S. 653-675.
- Leplin, J. (1984)**, *Scientific realism*, Berkeley u. a. 1984.
- Lichtenstein, D.R./Drumwright, M.E./Braig, B.M. (2004)**, The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits, In: *Journal of Marketing*, 68. Jg., Nr. 4, 2004, S. 16-32.
- Liden, R.C./Wayne, S.J./Sparrowe, R.T. (2000)**, An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships, and work outcomes, In: *Journal of Applied Psychology*, 85. Jg., Nr. 3, 2000, S. 407-416.
- Lin, C.-P. (2007)**, To share or not to share: Modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents, In: *Journal of Business Ethics*, 70. Jg., Nr. 4, 2007, S. 411-428.
- Lin, C.-P. (2010)**, Modeling corporate citizenship, organizational trust, and work engagement based on attachment theory, In: *Journal of Business Ethics*, 94. Jg., Nr. 4, 2010, S. 517-531.
- Lin, C.-P./Hung, W.-T./Chiu, C.-K. (2008)**, Being good citizens: Understanding a mediating mechanism of organizational commitment and social network ties in OCBs, In: *Journal of Business Ethics*, 81. Jg., Nr. 3, 2008, S. 561-578.
- Lin, C.Y.-Y./Wei, Y.-C. (2006)**, The role of business ethics in merger and acquisition success: An empirical study, In: *Journal of Business Ethics*, 69. Jg., Nr. 1, 2006, S. 95-109.
- Lindgreen, A./Swaen, V./Johnston, W. (2009)**, The supporting function of marketing in corporate social responsibility, In: *Corporate Reputation Review*, 12. Jg., Nr. 2, 2009, S. 120-139.
- Lindgreen, A./Swaen, V./Maon, F. (2009)**, Corporate social responsibility within the organization, In: *Corporate Reputation Review*, 12. Jg., Nr. 2, 2009, S. 83-86.
- Lis, B. (2010)**, *Corporate Social Responsibility: Eine empirische Analyse des Einflusses auf potentielle Arbeitnehmer*, Hamburg 2010.
- Liu, W./Guthrie, J.P./Flood, P.C./MacCurtain, S. (2009)**, Unions and the adoption of high performance work systems: Does employment security play a role?, In: *Industrial & Labor Relations Review*, 63. Jg., Nr. 1, 2009, S. 109-127.
- Lo, C.W.H./Egri, C.P./Ralston, D.A. (2008)**, Commitment to corporate, social, and environmental responsibilities: An insight into contrasting perspectives in China and the US, In: *Organization Management Journal*, 5. Jg., Nr. 2, 2008, S. 83-98.
- Lohmöller, J.-B. (1989)**, *Latent variable path modeling with partial least squares*, Heidelberg 1989.
- London, M. (1989)**, *Managing the training enterprise: High-quality, cost-effective employee training in organizations*, San Francisco u. a. 1989.
- Longo, M./Mura, M./Bonoli, A. (2005)**, Corporate social responsibility and corporate performance: The case of Italian SMEs, In: *Corporate Governance*, 5. Jg., Nr. 4, 2005, S. 28-42.
- Lu, C.-S./Lin, C.-C./Tu, C.-J. (2009)**, Corporate social responsibility and organisational performance in container shipping, In: *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 12. Jg., Nr. 2, 2009, S. 119-132.
- Lütje, S. (2009)**, *Kundenbeziehungsfähigkeit: Konzeptionalisierung und Erfolgswirkung*, Wiesbaden 2009.
- Lütters, H. (2004)**, *Online-Marktforschung: Eine Positionsbestimmung im Methodenkanon der Marktforschung unter Einsatz eines webbasierten Analytic Hierarchy Process (webAHP)*, Wiesbaden 2004.
- Lyre, H. (2006)**, *Wissenschaftlicher Realismus. Eine Studie zur Realismus-Antirealismus-Debatte in der neueren Wissenschaftstheorie*, In: *Journal for General Philosophy of Science*, 37. Jg., Nr. 2, 2006, S. 437-441.
- MacKenzie, K.D./House, R. (1979)**, Paradigm development in the social sciences, In: Mowday, R.T./Steers, R.M. (Hrsg.): *Research in organizations: Issues and controversies*, Santa Monica 1979, S. 22-38.

- MacKenzie, S.B./Lutz, R.J. (1989)**, An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context, In: *Journal of Marketing*, 53. Jg., Nr. 2, 1989, S. 48-65.
- MacKenzie, S.B./Podsakoff, P.M./Jarvis, C.B. (2005)**, The problem of measurement model misspecification in behavioral and organizational research and some recommended solutions, In: *Journal of Applied Psychology*, 90. Jg., Nr. 4, 2005, S. 710-730.
- Mäki, U. (2011)**, Scientific realism as a challenge to economics (and vice versa), In: *Journal of Economic Methodology*, 18. Jg., Nr. 1, 2011, S. 1-12.
- Maignan, I./Ferrell, O.C./Hult, G.T.M. (1999)**, Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits, In: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27. Jg., Nr. 4, 1999, S. 455-469.
- Maignan, I./Ferrell, O.C. (2000)**, Measuring corporate citizenship in two countries: The case of the United States and France, In: *Journal of Business Ethics*, 23. Jg., Nr. 3, 2000, S. 283-297.
- Maignan, I./Ferrell, O.C. (2001a)**, Corporate citizenship as a marketing instrument: Concepts, evidence and research directions, In: *European Journal of Marketing*, 35. Jg., Nr. 3/4, 2001, S. 457-484.
- Maignan, I./Ferrell, O.C. (2001b)**, Antecedents and benefits of corporate citizenship: An investigation of French businesses, In: *Journal of Business Research*, 51. Jg., Nr. 1, 2001, S. 37-51.
- Maignan, I./Ferrell, O.C. (2004)**, Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework, In: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32. Jg., Nr. 1, 2004, S. 3-19.
- Maignan, I./Ralston, D.A. (2002)**, Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations, In: *Journal of International Business Studies*, 33. Jg., Nr. 3, 2002, S. 497-514.
- Malhotra, N./Budhwar, P./Prowse, P. (2007)**, Linking rewards to commitment: An empirical investigation of four UK call centres, In: *International Journal of Human Resource Management*, 18. Jg., Nr. 12, 2007, S. 2095-2127.
- Maloney, P. (2007)**, Absatzmittlergerichtetes, identitätsbasiertes Markenmanagement, Wiesbaden 2007.
- Mandl, I./Dorr, A. (2007)**, CSR and competitiveness: European SMEs' good practice, consolidated European report, Wien 2007, <http://www.kmuforschung.ac.at/de/Projekte/CSR/European%20Report.pdf>, Abruf: 20.12.2012.
- Mardia, K.V. (1970)**, Measures of multivariate skewness and kurtosis with applications, In: *Biometrika*, 57. Jg., Nr. 3, 1970, S. 519-530.
- Marin, L./Ruiz, S. (2007)**, „I need you too!“ Corporate identity attractiveness for consumers and the role of social responsibility, In: *Journal of Business Ethics*, 71. Jg., Nr. 3, 2007, S. 245-260.
- Marquard & Bahls AG (2012)**, Unternehmerische Verantwortung, [http://www.mbholding.de/marquard\\_bahls/de/verantwortung/](http://www.mbholding.de/marquard_bahls/de/verantwortung/), Abruf: 08.10.2012.
- Marques de Sá, J.P. (2003)**, Applied statistics using SPSS, STATISTICA and MAT-LAB, Berlin u. a. 2003.
- Marsh, H.W./Balla, J.R./McDonald, R.P. (1988)**, Goodness-of-fit indexes in confirmatory factor analysis: The effect of sample size, In: *Psychological Bulletin*, 103. Jg., Nr. 3, 1988, S. 391-410.
- Marsh, H.W./Hau, K.-T./Balla, J.R./Grayson, D. (1998)**, Is more ever too much? The number of indicators per factor in confirmatory factor analysis, In: *Multivariate Behavioral Research*, 33. Jg., Nr. 2, 1998, S. 181-220.
- Marsh, H.W./Hau, K.-T./Grayson, D. (2005)**, Goodness of fit in structural equation models, In: Maydeu-Olivares, A./McArdle, J.J. (Hrsg.): *Contemporary psychometrics: A Festschrift for Roderick P. McDonald*, Mahwah u. a. 2005, S. 276-335.
- Marsh, H.W./Hau, K.-T./Wen, Z. (2004)**, In search of golden rules: Comment on hypothesis-testing approaches to setting cutoff values for fit indexes and dangers in overgeneralizing Hu and Bentler's (1999) findings, In: *Structural Equation Modeling*, 11. Jg., Nr. 3, 2004, S. 320-341.
- Marsh, H.W./Hocevar, D. (1985)**, Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First- and higher order factor models and their invariance across groups, In: *Psychological Bulletin*, 97. Jg., Nr. 3, 1985, S. 562-582.

- Martin, A. (1989)**, Die empirische Forschung in der Betriebswirtschaftslehre: Eine Untersuchung über die Logik der Hypothesenprüfung, die empirische Forschungspraxis und die Möglichkeit einer theoretischen Fundierung realwissenschaftlicher Untersuchungen, Stuttgart 1989.
- Mathis, A./deBruijn, T. (2005)**, Transparency in corporate social responsibility: An international comparison, <http://www.utwente.nl/mb/cstm/research/summary/csr-trans.doc/>, Abruf: 18.02.2013.
- Matten, D./Moon, J. (2004)**, Corporate social responsibility education in Europe, In: Journal of Business Ethics, 54. Jg., Nr. 4, 2004, S. 323-337.
- Matthes, I. (2009)**, Soziales Engagement von Unternehmen: Wirkungsprozesse, Erfolgsdeterminanten und Konsequenzen für den Markenwert, Wiesbaden 2009.
- Matthews, R.A./Diaz, W.M./Cole, S.G. (2003)**, The organizational empowerment scale, In: Personnel Review, 32. Jg., Nr. 3, 2003, S. 297-318.
- McElroy, J.C. (2001)**, Managing workplace commitment by putting people first, In: Human Resource Management Review, 11. Jg., Nr. 3, 2001, S. 327-335.
- McFarlin, D.B./Sweeney, P.D. (1992)**, Distributive and procedural justice as predictors of satisfaction with personal and organizational outcomes, In: Academy of Management Journal, 35. Jg., Nr. 3, 1992, S. 626-637.
- McGee, G.W./Ford, R.C. (1987)**, Two (or more?) dimensions of organizational commitment: Reexamination of the affective and continuance commitment scales, In: Journal of Applied Psychology, 72. Jg., Nr. 4, 1987, S. 638-641.
- McGrath, J. (1979)**, Toward a 'theory of method' for research on organizations, In: Mowday, R.T./Steers, R.M. (Hrsg.): Research in organizations: Issues and controversies, Santa Monica 1979, S. 4-21.
- McGuire, J.B./Sundgren, A./Schneeweis, T. (1988)**, Corporate social responsibility and firm financial performance, In: Academy of Management Journal, 31. Jg., Nr. 4, 1988, S. 854-872.
- McKay, P.F./Avery, D.R./Tonidandel, S./Morris, M.A./Hernandez, M./Hebl, M.R. (2007)**, Racial differences in employee retention: Are diversity climate perceptions the key?, In: Personnel Psychology, 60. Jg., Nr. 1, 2007, S. 35-62.
- McMullin, E. (1984)**, A case for scientific realism, In: Leplin, J. (Hrsg.): Scientific realism, Berkeley u. a. 1984, S. 8-40.
- McMurray, A.J./Scott, D.R./Pace, W.R. (2004)**, The relationship between organizational commitment and organizational climate in manufacturing, In: Human Resource Development Quarterly, 15. Jg., Nr. 4, 2004, S. 473-488.
- McWilliams, A./Siegel, D. (2000)**, Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification?, In: Strategic Management Journal, 21. Jg., Nr. 5, 2000, S. 603-609.
- McWilliams, A./Siegel, D. (2001)**, Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective, In: Academy of Management Review, 26. Jg., Nr. 1, 2001, S. 117-127.
- McWilliams, A./Siegel, D.S./Wright, P.M. (2006)**, Corporate social responsibility: Strategic implications, In: Journal of Management Studies, 43. Jg., Nr. 1, 2006, S. 1-18.
- Media-Treff (2009)**, Studie: CSR im Mittelstand – oftmals einfach nur alter Wein in neue Schläuchen, <http://www.media-treff.de/index.php/2009/01/10/studie-csr-im-mittelstand-oftmals-einfach-nur-alter-wein-in-neue-schlauchen/#more-1366>, Abruf: 04.03.2009.
- Medienkommunikation Wikia (2012)**, Experiment Fragebogen, <http://de.sosoexperimentfragebogen.wikia.com/wiki/Fragebogen>, Abruf: 12.11.2012.
- Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M. (2012)**, Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 11. Auflage, Wiesbaden 2012.
- Melynyte, O./Ruzevicius, J.(2008)**, Framework of links between corporate social responsibility and human resource management, In: Forum Ware International, Nr. 1, 2008, S. 23-34.
- Menon, S.T. (1999)**, Psychological empowerment: Definition, measurement, and validation, In: Canadian Journal of Behavioural Science, 31. Jg., Nr. 3, 1999, S. 161-164.
- Meyer, J.P./Allen, N.J. (1991)**, A three-component conceptualization of organizational commitment, In: Human Resource Management Review, 1. Jg., Nr. 1, 1991, S. 61-89.

- Meyer, J.P./Allen, N.J. (1997)**, Commitment in the workplace: Theory, research, and applications, Thousand Oaks u. a. 1997.
- Meyer, J.P./Allen, N.J./Gellatly, I.R. (1990)**, Affective and continuance commitment to the organization: Evaluation of measures and analysis of concurrent and time-lagged relations, In: *Journal of Applied Psychology*, 75. Jg., Nr. 6, 1990, S. 710-720.
- Meyer, J.P./Smith, C.A. (2000)**, HRM practices and organizational commitment: Test of a mediation model, In: *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 17. Jg., Nr. 4, 2000, S. 319-331.
- Meyer, J.P./Stanley, D.J./Herscovitch, L./Topolnytsky, L. (2002)**, Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences, In: *Journal of Vocational Behavior*, 61. Jg., Nr. 1, 2002, S. 20-52.
- Miles, J./Shevlin, M. (2001)**, Applying regression & correlation: A guide for students and researchers, London u. a. 2001.
- Mishra, A.K./Spreitzer, G.M. (1998)**, Explaining how survivors respond to downsizing: The roles of trust, empowerment, justice, and work redesign, In: *Academy of Management Review*, 23. Jg., Nr. 3, 1998, S. 567-588.
- Mishra, S./Suar, D. (2010)**, Does corporate social responsibility influence firm performance of Indian companies?, In: *Journal of Business Ethics*, 95. Jg., Nr. 4, 2010, S. 571-601.
- 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, In: *Academy of Management Review*, 22. Jg., Nr. 4, 1997, S. 853-886.
- Mize, K.J./Stanforth, N./Johnson, C. (2000)**, Perception of retail supervisors' ethical behavior and front-line managers' organizational commitment, In: *Clothing and Textiles Research Journal*, 18. Jg., Nr. 2, 2000, S. 100-110.
- Möhring, W./Schlütz, D. (2010)**, Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft: Eine praxisorientierte Einführung, 2. Auflage, Wiesbaden 2010.
- Moir, L./Taffler, R.J. (2004)**, Does corporate philanthropy exist?: Business giving to the arts in the U.K., In: *Journal of Business Ethics*, 54. Jg., Nr. 2, 2004, S. 149-161.
- Monnot, E./Reniou, F./Volle, P. (2009)**, Customer-company identification: A study of relational consequences in the non-profit sector, [http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/63/86/43/PDF/identification\\_monnot\\_reniou\\_et\\_volle\\_egos\\_2009.pdf](http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/63/86/43/PDF/identification_monnot_reniou_et_volle_egos_2009.pdf), Abruf: 15.03.2013.
- Moorman, R.H. (1991)**, Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?, In: *Journal of Applied Psychology*, 76. Jg., Nr. 6, 1991, S. 845-855.
- Mottaz, C.J. (1988)**, Determinants of organizational commitment, In: *Human Relations*, 41. Jg., Nr. 6, 1988, S. 467-482.
- Mueller, C.W./Iverson, R.D./Jo, D.-G. (1999)**, Distributive justice evaluations in two cultural contexts: A comparison of U.S. and South Korean teachers, In: *Human Relations*, 52. Jg., Nr. 7, 1999, S. 869-893.
- Mulaik, S.A./James, L.R. (1995)**, Objectivity and reasoning in science and structural equation modeling, In: Hoyle, R.H. (Hrsg.): *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, Thousand Oaks u. a. 1995, S. 118-137.
- Mulki, J.P./Jaramillo, F./Locander, W.B. (2006)**, Effects of ethical climate and supervisory trust on salesperson's job attitudes and intentions to quit, In: *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26. Jg., Nr. 1, 2006, S. 19-26.
- Müller, K./Spieß, S.-O. (2009)**, Mitarbeiterbindung und der Einfluss von CSR im interkulturellen Vergleich, In: *HR Today*, Nr. 9, 2009, S. 5-7.
- Mummendey, H.D. (1987)**, Die Fragebogen-Methode: Grundlagen und Anwendung in Persönlichkeits-, Einstellungs- und Selbstkonzeptforschung, Göttingen u. a. 1987.
- Muthén, B./Kaplan, D. (1985)**, A comparison of some methodologies for the factor analysis of non-normal likert variables, In: *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38. Jg., Nr. 1, 1985, S. 171-185.

- Nasser, F./Wisnabaker, J. (2003)**, A Monte Carlo study investigating the impact of item parceling on measures of fit in confirmatory factor analysis, In: Educational and Psychological Measurement, 63. Jg., Nr. 5, 2003, S. 729-757.
- Netemeyer, R.G./Boles, J.S./McMurrian, R. (1996)**, Development and validation of work-family and family-work conflict scales, In: Journal of Applied Psychology, 81. Jg., Nr. 4, 1996, S. 400-410.
- Neue Statistik (2012)**, Zum Begriff der „Repräsentativität“, [http://web.neuestatistik.de/inhalte\\_web/content/MOD\\_27689/html/comp\\_27803.html#kopf](http://web.neuestatistik.de/inhalte_web/content/MOD_27689/html/comp_27803.html#kopf), Abruf: 06.09.2012.
- Nguyen, N.T./Biderman, M.D. (2008)**, Studying ethical judgments and behavioral intentions using structural equations: Evidence from the multidimensional ethics scale, In: Journal of Business Ethics, 83. Jg., Nr. 4, 2008, S. 627-640.
- Nielsen, J. (1993)**, Usability engineering, Amsterdam u. a. 1993.
- Nielsen, J. (1994)**, Estimating the number of subjects needed for a thinking aloud test, In: International Journal of Human-Computer Studies, 41. Jg., Nr. 3, 1994, S. 385-397.
- Nolli, E. (2003)**, Die Online-Befragung bei Mitarbeitern und internen Kunden – Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 327-340.
- Nunnally, J.C. (1967)**, Psychometric theory, New York u. a. 1967.
- O'Reilly, C.A. III./Chatman, J./Caldwell, D.F. (1991)**, People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit, In: Academy of Management Journal, 34. Jg., Nr. 3, 1991, S. 487-516.
- Obalola, M.A. (2008)**, Perceived role of ethics and social responsibility in the insurance industry: Views from a developing country, In: Journal of Knowledge Globalization, 1. Jg., Nr. 2, 2008, S. 41-66.
- Oeser, E. (2003)**, Popper, der Wiener Kreis und die Folgen: Die Grundlagendebatte der Wissenschaftstheorie, Wien 2003.
- Olderog, T. (2003)**, Faktoren des Markterfolges im Online-Handel, Wiesbaden 2003.
- Orlitzky, M./Schmidt, F.L./Rynes, S.L. (2003)**, Corporate social and financial performance: A meta-analysis, In: Organization Studies, 24. Jg., Nr. 3, 2003, S. 403-441.
- Österreichisches Institut für Familienforschung der Universität Wien (2007)**, Unternehmerische Verantwortung für Familien? Eine ÖIF-Studie untersucht die CSR-Praxis von 15 Unternehmen in Österreich, [http://www.oif.ac.at/service/zeitschrift\\_beziehungsweise/detail/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=251&cHash=7fd328e18a2820e3efae3ba7c39266e7](http://www.oif.ac.at/service/zeitschrift_beziehungsweise/detail/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=251&cHash=7fd328e18a2820e3efae3ba7c39266e7), Abruf: 10.10.2012.
- Ouyang, Y. (2009)**, An investigation of the effects of leader member exchange on job performance in Taiwan, In: The Business Renaissance Quarterly, 4. Jg., Nr. 3, 2009, S. 109-127.
- Paolillo, J.G.P./Vitell, S.J. (2002)**, An empirical investigation of the influence of selected personal, organizational and moral intensity factors on ethical decision making, In: Journal of Business Ethics, 35. Jg., Nr. 1, 2002, S. 65-74.
- Papadolomou-Doukakis, I./Krambia-Kapardis, M./Katsioloudes, M. (2005)**, Corporate social responsibility: The way forward? Maybe not!: A preliminary study in Cyprus, In: European Business Review, 17. Jg., Nr. 3, 2005, S. 263-279.
- Pedhazur, E.J./Schmelkin, L.P. (1991)**, Measurement, design, and analysis: An integrated approach, New York u. a. 1991.
- Perrini, F. (2005)**, Building a *European portrait* of corporate social responsibility reporting, In: European Management Journal, 23. Jg., Nr. 6, 2005, S. 611-627.
- Perrini, F./Russo, A./Tencati, A. (2007)**, CSR strategies of SMEs and large firms. Evidence from Italy, In: Journal of Business Ethics, 74. Jg., Nr. 3, 2007, S. 285-300.
- Peter, J.P. (1979)**, Reliability: A review of psychometric basics and recent marketing practices, In: Journal of Marketing Research, 16. Jg., Nr. 1, 1979, S. 6-17.
- Peter, J.P. (1981)**, Construct validity: A review of basic issues and marketing practices, In: Journal of Marketing Research, 18. Jg., Nr. 2, 1981, S. 133-145.
- Peter, J.P./Churchill, G.A. Jr. (1986)**, Relationships among research design choices and psychometric properties of rating scales: A meta-analysis, In: Journal of Marketing Research, 23. Jg., Nr. 1, 1986, S. 1-10.

- Peter, J.P./Olson, J.C. (1983)**, Is science marketing?, In: Journal of Marketing, 47. Jg., Nr. 4, 1983, S. 111-125.
- Peter, S.I. (1997)**, Kundenbindung als Marketingziel: Identifikation und Analyse zentraler Determinanten, Wiesbaden 1997.
- Peterson, D.K. (2004)**, The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment, In: Business & Society, 43. Jg., Nr. 3, 2004, S. 296-319.
- Peterson, R.A. (1994)**, A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha, In: Journal of Consumer Research, 21. Jg., Nr. 2, 1994, S. 381-391.
- Pfeffer, J. (1998)**, Seven practices of successful organizations, In: California Management Review, 40. Jg., Nr. 2, 1998, S. 96-124.
- Pfeffer, J. (2010)**, Building sustainable organizations: The human factor, In: Academy of Management Perspectives, 24. Jg., Nr. 1, 2010, S. 34-45.
- Phillips, R. (2003)**, Stakeholder theory and organizational ethics, San Francisco 2003.
- PhilosophenUndDenker (2011)**, Was ist kritischer Rationalismus?, <http://www.youtube.com/watch?v=BiLPh7gYTG8>, Abruf: 11.12.2012.
- Piehler, R. (2011)**, Interne Markenführung: Theoretisches Konzept und fallstudienbasierte Evidenz, Wiesbaden 2011.
- Pirsch, J./Gupta, S./Grau, S.L. (2007)**, A framework for understanding corporate social responsibility programs as a continuum: An exploratory study, In: Journal of Business Ethics, 70. Jg., Nr. 2, 2007, S. 125-140.
- 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, In: Journal of Applied Psychology, 88. Jg., Nr. 5, 2003, S. 879-903.
- Podsakoff, P.M./Organ, D.W. (1986)**, Self-reports in organizational research: Problems and prospects, In: Journal of Management, 12. Jg., Nr. 4, 1986, S. 531-544.
- Ponnu, C.H./Tennakoon, G. (2009)**, The association between ethical leadership and employee outcomes – The Malaysian case, In: Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, 14. Jg., Nr. 1, 2009, S. 21-32.
- Popp, B. (2011)**, Markenerfolg durch Brand Communities: Eine Analyse der Wirkung psychologischer Variablen auf ökonomische Erfolgsindikatoren, Wiesbaden 2011.
- Popper, K.R. (1934)**, Logik der Forschung: Zur Erkenntnistheorie der modernen Naturwissenschaft, Wien 1934.
- Popper, K.R. (1965)**, Conjectures and refutations: The growth of scientific knowledge, 2. Auflage, New York u. a. 1965.
- Popper, K.R. (1982)**, Logik der Forschung, 7. Auflage, Tübingen 1982.
- Poser, H. (2001)**, Wissenschaftstheorie: Eine philosophische Einführung, Stuttgart 2001.
- Pötschke, M. (2009)**, Potentiale von Online-Befragungen: Erfahrungen aus der Hochschulforschung, In: Jakob, N./Schoen, H./Zerback, T. (Hrsg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung, Wiesbaden 2009, S. 75-89.
- Promberger, K./Spiess, H. (2006)**, Der Einfluss von Corporate Social (and Ecological) Responsibility auf den Unternehmenserfolg, Working Paper 26/2006, Innsbruck 2006, [http://www.verwaltungsmanagement.at/602/uploads/csr\\_unternehmenserfolg\\_working\\_paper.pdf](http://www.verwaltungsmanagement.at/602/uploads/csr_unternehmenserfolg_working_paper.pdf), Abruf: 19.03.2013.
- Prykop, C. (2005)**, Szenemarketing: Zur Steigerung des Markenwerts, Wiesbaden 2005.
- Psychostudium (2013)**, Skript Sozialpsychologie, [http://www.psychostudium.de/forumdateien/Attachments/bea\\_sozial.pdf](http://www.psychostudium.de/forumdateien/Attachments/bea_sozial.pdf), Abruf: 15.01.2013.
- Rahim, M.A./Magner, N.R./Antonioni, D./Rahman, S. (2001)**, Do justice relationships with organization-directed reactions differ across U.S. and Bangladesh employees?, In: The International Journal of Conflict Management, 12. Jg., Nr. 4, 2001, S. 333-349.
- Randall, D.M./Huo, Y.P./Pawelk, P. (1993)**, Social desirability bias in cross-cultural ethics research, In: The International Journal of Organizational Analysis, 1. Jg., Nr. 2, 1993, S. 185-202.

- Rawlins, B. (2007)**, Measuring the relationship between organizational transparency and trust, S. 425-439, <http://www.themeasurementstandard.com/issues/8-1-07/rawlinstransparencyIPRRC.pdf>, Abruf: 13.10.2012.
- Rego, A./Leal, S./Cunha, M.P./Faria, J. (2007)**, How employees' perceptions of corporate citizenship predict their organizational commitment, [www.ua.pt/degei/readobject.aspx?obj=7969](http://www.ua.pt/degei/readobject.aspx?obj=7969), Abruf: 07.03.2013.
- Rego, A./Leal, S./Cunha, M.P./Faria, J./Pinho, C. (2010)**, How the perceptions of five dimensions of corporate citizenship and their inter-inconsistencies predict affective commitment, In: *Journal of Business Ethics*, 94. Jg., Nr. 1, 2010, S. 107-127.
- Reinartz, W./Haenlein, M./Henseler, J. (2009)**, An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance based SEM, In: *International Journal of Research in Marketing*, 26. Jg., Nr. 4, 2009, S. 332-344.
- Reinecke, J. (2005)**, *Strukturgleichungsmodelle in den Sozialwissenschaften*, München 2005.
- Remisova, A./Buciova, Z. (2012)**, Measuring corporate social responsibility towards employees, In: *Journal for East European Management Studies*, 17. Jg., Nr. 3, 2012, S. 273-291.
- Rettab, B./Brik, A.B./Mellahi, K. (2009)**, A study of management perceptions of the impact of corporate social responsibility on organisational performance in emerging economies: The case of Dubai, In: *Journal of Business Ethics*, 89. Jg., Nr. 3, 2009, S. 371-390.
- Rifon, N.J./Choi, S.M./Trimble, C.S./Li, H. (2004)**, Congruence effects in sponsorship, In: *Journal of Advertising*, 33. Jg., Nr. 1, 2004, S. 29-42.
- Rigdon, E.E. (1998)**, Structural equation modeling, In: Marcoulides, G.A. (Hrsg.): *Modern methods for business research*, Mahwah u. a. 1998, S. 251-294.
- Ringle, C.M. (2004)**, Gütemaße für den Partial Least Squares-Ansatz zur Bestimmung von Kausalmodellen, [http://www.econbiz.de/archiv/hh/uhh/iindustrie/guetemasse\\_pls-ansatz\\_kausalmodelle.pdf](http://www.econbiz.de/archiv/hh/uhh/iindustrie/guetemasse_pls-ansatz_kausalmodelle.pdf), Abruf: 01.04.2013.
- Robinson, J.P./Shaver, P.R./Wrightsman, L.S. (1991)**, Criteria for scale selection and evaluation, In: Robinson, J.P./Shaver, P.R./Wrightsman, L.S. (Hrsg.): *Measures of personality and social psychological attitudes*, Volume 1 in measures of social psychological attitudes series, San Diego u. a. 1991, S. 1-16.
- Rondinelli, D.A./Berry, M.A. (2000)**, Environmental citizenship in multinational corporations: Social responsibility and sustainable development, In: *European Management Journal*, 18. Jg., Nr. 1, 2000, S. 70-84.
- Rosenblatt, Z./Ruvio, A. (1996)**, A test of a multidimensional model of job insecurity: The case of Israeli teachers, In: *Journal of Organizational Behavior*, 17. Jg., Supplement, 1996, S. 587-605.
- Rossiter, J.R. (2002)**, The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing, In: *International Journal of Research in Marketing*, 19. Jg., Nr. 4, 2002, S. 305-335.
- Rothwell, W.J./Kazanas, H.C. (1989)**, *Strategic human resource development*, Englewood Cliffs 1989.
- Rowe, K. (2002)**, The measurement of latent and composite variables from multiple items or indicators: Applications in performance indicator systems, <http://testolog.narod.ru/lrt2.pdf>, Abruf: 26.04.2013.
- Rozensher, S.G./Ferguson, P.E. (2008)**, The role of negative information in dissolving consumer identification with companies, In: *Journal of Business & Economic Research*, 6. Jg., Nr. 12, 2008, S. 37-45.
- Ruf, B.M./Muralidhar, K./Brown, R.M./Janney, J.J./Paul, K. (2001)**, An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective, In: *Journal of Business Ethics*, 32. Jg., Nr. 2, 2001, S. 143-156.
- Rupp, D.E./Ganapathi, J./Aguilera, R.V./Williams, C.A. (2006)**, Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework, In: *Journal of Organizational Behaviour*, 27. Jg., Nr. 4, 2006, S. 537-543.
- Saks, A.M. (2006)**, Antecedents and consequences of employee engagement, In: *Journal of Managerial Psychology*, 21. Jg., Nr. 7, 2006, S. 600-619.

- Salancik, G.R./Pfeffer, J. (1977)**, An examination of need-satisfaction models of job attitudes, In: *Administrative Science Quarterly*, 22. Jg., Nr. 3, 1977, S. 427-456.
- Salzer, E. (2004)**, *Investor Relations-Management und IPO-Erfolg*, Wiesbaden 2004.
- Sambamurthy, V./Bharadwaj, A.S./Grover, V. (2003)**, Shaping agility through digital options: Reconceptualizing the role of information technology in contemporary firms, In: *MIS Quarterly*, 27. Jg., Nr. 2, 2003, S. 237-263.
- Sammerl, N. (2006)**, *Innovationsfähigkeit und nachhaltiger Wettbewerbsvorteil: Messung – Determinanten – Wirkungen*, Wiesbaden 2006.
- Sandberg, B./Lederer, K. (2011)**, *Corporate Social Responsibility in kommunalen Unternehmen: Wirtschaftliche Betätigung zwischen öffentlichem Auftrag und gesellschaftlicher Verantwortung*, Wiesbaden 2011.
- Schermelleh-Engel, K./Moosbrugger, H./Müller, H. (2003)**, Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures, In: *Methods of Psychological Research Online*, 8. Jg., Nr. 2, 2003, S. 23-74.
- Scheuch, E.K. (1962)**, Das Interview in der Sozialforschung, In: König, R. (Hrsg.): *Handbuch der empirischen Sozialforschung*, Band 1, Stuttgart 1962, S. 136-196.
- Schilke, O. (2007)**, *Allianzfähigkeit: Konzeption, Messung, Determinanten, Auswirkungen*, Wiesbaden 2007.
- Schmidt, K.-H./Hollmann, S./Sodenkamp, D. (1998)**, Psychometrische Eigenschaften und Validität einer deutschen Fassung des „Commitment“-Fragebogens von Allen und Meyer (1990), In: *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 19. Jg., Nr. 2, 1998, S. 93-106.
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E. (2011)**, *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 9. Auflage, München 2011.
- Scholderer, J./Balderjahn, I. (2006)**, Was unterscheidet harte und weiche Strukturgleichungsmodelle nun wirklich? Ein Klärungsversuch zur LISREL-PLS Frage, In: *Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 28. Jg., Nr. 1, 2006, S. 57-70.
- Schonlau, M./Fricker, R.D. Jr./Elliott, M.N. (2002)**, *Conducting research surveys via e-mail and the web*, Santa Monica u. a. 2002.
- Schöpf, A./Liebig, C. (2006)**, Der Einfluss organisationaler Gerechtigkeit und Commitment auf deviantes Verhalten von Mitarbeitern, [http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/843/pdf/2006-01\\_Mannheimer\\_Beitraege\\_web\\_1\\_schoepf\\_und\\_liebig.pdf](http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/843/pdf/2006-01_Mannheimer_Beitraege_web_1_schoepf_und_liebig.pdf), Abruf: 05.11.2012.
- Schucht, M. (2010)**, *Corporate Social Responsibility: Soziale Verantwortung nach innen mit besonderem Fokus auf alternde Belegschaften am Beispiel eines deutschen Automobilkonzerns*, Saarbrücken 2010.
- Schweizer, M. (2005)**, *Consumer Confusion im Handel: Ein umweltsychologisches Erklärungsmodell*, Wiesbaden 2005.
- Schwepker, C.H. Jr. (2001)**, Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce, In: *Journal of Business Research*, 54. Jg., Nr. 1, 2001, S. 39-52.
- Sennett, R. (1998)**, *The corrosion of character: The personal consequences of work in the new capitalism*, New York 1998.
- Settoon, R.P./Bennett, N./Liden, R.C. (1996)**, Social exchange in organizations: Perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity, In: *Journal of Applied Psychology*, 81. Jg., Nr. 3, 1996, S. 219-227.
- Sharma, D./Borna, S./Stearns, J.M. (2009)**, An investigation of the effects of corporate ethical values on employee commitment and performance: Examining the moderating role of perceived fairness, In: *Journal of Business Ethics*, 89. Jg., Nr. 2, 2009, S. 251-260.
- Sharma, S. (1996)**, *Applied multivariate techniques*, New York u. a. 1996.
- Sharma, S./Mukherjee, S./Kumar, A./Dillon, W.R. (2005)**, A simulation study to investigate the use of cutoff values for assessing model fit in covariance structure models, In: *Journal of Business Research*, 58. Jg., Nr. 7, 2005, S. 935-943.



- Sill, F. (2008)**, Controllbereichserfolg aus Sicht des Managements: Eine empirische Analyse, Wiesbaden 2008.
- Singh, J./Salmones Sanchez, M. del M.G./Bosque, I.R. (2008)**, Understanding corporate social responsibility and product perceptions in consumer markets: A cross-cultural evaluation, In: *Journal of Business Ethics*, 80. Jg., Nr. 3, 2008, S. 597-611.
- Singh, R. (2009)**, Does my structural model represent the real phenomenon?: A review of the appropriate use of structural equation modelling (SEM) model fit indices, In: *The Marketing Review*, 9. Jg., Nr. 3, 2009, S. 199-212.
- Singhapakdi, A./Vitell, S.J./Franke, G.R. (1999)**, Antecedents, consequences, and mediating effects of perceived moral intensity and personal moral philosophies, In: *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 27. Jg., Nr. 1, 1999, S. 19-36.
- Singhapakdi, A./Vitell, S.J./Rallapalli, K.C./Kraft, K.L. (1996)**, The perceived role of ethics and social responsibility: A scale development, In: *Journal of Business Ethics*, 15. Jg., Nr. 11, 1996, S. 1131-1140.
- Smith, C. (1994)**, The new corporate philanthropy, In: *Harvard Business Review*, 72. Jg., Nr. 3, 1994, S. 105-116.
- Smith, J./Gardner, D. (2007)**, Factors affecting employee use of work-life balance initiatives, In: *New Zealand Journal of Psychology*, 36. Jg., Nr. 1, 2007, S. 3-12.
- Sneep Hamburg (2007)**, Corporate Social Responsibility bei kleinen und mittleren Unternehmen in der Metropolregion Hamburg, Forschungsprojekt der Studenteninitiative sneep Lokalgruppe Hamburg, 2007.
- Social Accountability International (2008)**, SA8000 Standard: 2008, <http://www.sai-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>, Abruf: 20.12.2012.
- Söhnchen, F. (2009)**, Common method variance and single source bias, In: Albers, S./Klapper, D./Konradt, U./Walter, A./Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, 3. Auflage, Wiesbaden 2009, S. 137-152.
- Somers, M.J. (2001)**, Ethical codes of conduct and organizational context: A study of the relationship between codes of conduct, employee behavior and organizational values, In: *Journal of Business Ethics*, 30. Jg., Nr. 2, 2001, S. 185-195.
- Spearman, C. (1904)**, „General intelligence,“ objectively determined and measured, In: *The American Journal of Psychology*, 15. Jg., Nr. 2, 1904, S. 201-292.
- Spector, P.E. (1997)**, *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*, Thousand Oaks u. a. 1997.
- Spence, L.S. (2007)**, CSR and small business in a European policy context: The five „C“s of CSR and small business research agenda 2007, In: *Business & Society Review*, 112. Jg., Nr. 4, 2007, S. 533-552.
- Spence, S.H./Barrett, P.M./Turner, C.M. (2003)**, Psychometric properties of the Spence children's anxiety scale with young adolescents, In: *Anxiety Disorders*, 17. Jg., Nr. 6, 2003, S. 605-625.
- Spiller, R. (2000)**, Ethical business and investment: A model for business and society, In: *Journal of Business Ethics*, 27. Jg., Nr. 1/2, 2000, S. 149-160.
- Spreitzer, G.M. (1995)**, Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation, In: *Academy of Management Journal*, 38. Jg., Nr. 5, 1995, S. 1442-1465.
- Spreitzer, G.M. (1996)**, Social structural characteristics of psychological empowerment, In: *Academy of Management Journal*, 39. Jg., Nr. 2, 1996, S. 483-504.
- Stangl, W./Stangl-Taller, C. (2012)**, Die Differenzierung von Kognitionen im Verlaufe der sozialen Entwicklung: Die Ressourcentheorie sozialer Beziehungen von FOA & FOA, S. 307-313, <http://www.stangl-taller.at/PSYCHOLOGIE/PARADIGMA/328/Differenzierung.PDF>, Abruf: 03.10.2012.
- Statistik LMU (2012)**, p-Wert im Überblick, <http://www.statistik.lmu.de/~fenske/stat3nf2012/uebung/blatt8/pWertZusatz.pdf>, Abruf: 26.04.2013.
- Steenkamp, J.-B./Baumgartner, H. (2000)**, On the use of structural equation models for marketing modeling, In: *International Journal of Research in Marketing*, 17. Jg., Nr. 2-3, 2000, S. 195-202.

- Steiger, J.H. (1990)**, Structural model evaluation and modification: An interval estimation approach, In: *Multivariate Behavioral Research*, 25. Jg., Nr. 2, 1990, S. 173-180.
- Steiger, J.H./Lind, J.C. (1980)**, Statistically-based tests for the number of common factors, paper presented at the annual spring meeting of the Psychometric Society, Iowa City 1980.
- Stets, J.E./Burke, P.J. (2000)**, Identity theory and social identity theory, In: *Social Psychology Quarterly*, 63. Jg., Nr. 3, 2000, S. 224-237.
- Stock, R. (2003)**, Teams an der Schnittstelle zwischen Anbieter- und Kunden-Unternehmen: Eine integrative Betrachtung, Wiesbaden 2003.
- Stocké, V./Hunkler, C. (2004)**, Die angemessene Erfassung der Stärke und Richtung von Anreizen durch soziale Erwünschtheit, No. 04-16, S. 1-35, [https://ub-madoc.bib.uni-mannheim.de/2728/1/dp04\\_16.pdf](https://ub-madoc.bib.uni-mannheim.de/2728/1/dp04_16.pdf), Abruf: 08.03.2013.
- Storm van's Gravesande, B. (2006)**, Internetbasierte Anwendungen in der FuE-Kooperation: Eine empirische Analyse basierend auf der Adaptive Structuration Theory, Wiesbaden 2006.
- Straub, D.W. (1989)**, Validating instruments in MIS Research, In: *MIS Quarterly*, 13. Jg., Nr. 2, 1989, S. 146-169.
- Subramaniam, M./Nilakanta, S. (1996)**, Organizational innovativeness: Exploring the relationship between organizational determinants of innovation, types of innovations, and measures of organizational performance, In: *Omega*, 24. Jg., Nr. 6, 1996, S. 631-647.
- Tajfel, H. (1978)**, Social categorization, social identity and social comparison, In: Tajfel, H. (Hrsg.): *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*, London u. a. 1978, S. 61-76.
- Tajfel, H./Turner, J.C. (1986)**, The social identity theory of intergroup behavior, In: Worchel, S./Austin, W.G. (Hrsg.): *Psychology of intergroup relations*, 2. Auflage, Chicago 1986, S. 7-24.
- Tanaka, J.S. (1993)**, Multifaceted conceptions of fit in structural equation models, In: Bollen, K.A./Long, J.S. (Hrsg.): *Testing structural equation models*, Newbury Park u. a. 1993, S. 10-39.
- Tausig, M./Fenwick, R. (2001)**, Unbinding time: Alternate work schedules and work-life balance, In: *Journal of Family and Economic Issues*, 22. Jg., Nr. 2, 2001, S. 101-119.
- Temme, D./Hildebrandt, L. (2009)**, Gruppenvergleiche bei hypothetischen Konstrukten – Die Prüfung der Übereinstimmung von Messmodellen mit der Strukturgleichungsmethodik, In: *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 61. Jg., Nr. 2, 2009, S. 138-185.
- Temme, D./Paulssen, M./Hildebrandt, L. (2009)**, Common method variance: Ursachen, Auswirkungen und Kontrollmöglichkeiten, In: *Die Betriebswirtschaft*, 69. Jg., Nr. 2, 2009, S. 123-146.
- Tenenhaus, M./Vinzi, V.E./Chatelin, Y.-M./Lauro, C. (2005)**, PLS path modeling, In: *Computational Statistics & Data Analysis*, 48. Jg., Nr. 1, 2005, S. 159-205.
- Tepper, B.J./Taylor, E.C. (2003)**, Relationships among supervisors' and subordinates' procedural justice perceptions and organizational citizenship behaviors, In: *Academy of Management Journal*, 46. Jg., Nr. 1, 2003, S. 97-105.
- Theobald, A. (2003a)**, Rücklaufquoten bei Online-Befragungen, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): *Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen*, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 203-210.
- Theobald, A. (2003b)**, Zur Verwendung von Incentives in der Online-Marktforschung, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): *Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen*, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 395-407.
- Theobald, A. (2007)**, Zur Gestaltung von Online-Fragebögen, In: Welker, M./Wenzel, O. (Hrsg.): *Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien*, Köln 2007, S. 103-118.
- Thibaut, J.W./Kelley, H.H. (1959)**, *The social psychology of groups*, New York 1959.
- Thomas, K.W./Velthouse, B.A. (1990)**, Cognitive elements of empowerment: An „interpretive“ model of intrinsic task motivation, In: *Academy of Management Review*, 15. Jg., Nr. 4, 1990, S. 666-681.
- Tinsley, H.E.A./Brown, S.D. (2000)**, *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modeling*, San Diego u. a. 2000.

- Trevino, L.K./Hartman, L.P./Brown, M. (2000)**, Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership, In: *California Management Review*, 42. Jg., Nr. 4, 2000, S. 128-142.
- Tribe Pictures (2011)**, Is there such a thing as internal CSR?!, 19. Januar 2011, <http://tribepictures.blogspot.de/2011/01/is-there-such-thing-as-internal-csr.html>, Abruf: 17.01.2013.
- Tsui, A.S./Pearce, J.L./Porter, L.W./Tripoli, A.M. (1997)**, Alternative approaches to the employee-organization relationship: Does investment in employees pay off?, In: *Academy of Management Journal*, 40. Jg., Nr. 5, 1997, S. 1089-1121.
- Tucker, L.R./Lewis, C. (1973)**, A reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis, In: *Psychometrika*, 38. Jg., Nr. 1, 1973, S. 1-10.
- Turban, D.B./Greening, D.W. (1996)**, Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees, In: *Academy of Management Journal*, 40. Jg., Nr. 3, 1996, S. 658-672.
- Turker, D. (2009a)**, How corporate social responsibility influences organizational commitment, In: *Journal of Business Ethics*, 89. Jg., Nr. 2, 2009, S. 189-204.
- Turker, D. (2009b)**, Measuring corporate social responsibility: A scale development study, In: *Journal of Business Ethics*, 85. Jg., Nr. 4, 2009, S. 411-427.
- Tziner, A./Bar, Y./Oren, L./Kadosh, G. (2011)**, Corporate social responsibility, organizational justice and job satisfaction: How do they interrelate, if at all?, In: *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27. Jg., Nr. 1, 2011, S. 67-72.
- Ugboro, I.O. (2006)**, Organizational commitment, job redesign, employee empowerment and intent to quit among survivors of restructuring and downsizing, In: *Journal of Behavioral and Applied Management*, 7. Jg., Nr. 3, 2006, S. 232-257.
- Ullmann, A.A. (1985)**, Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms, In: *Academy of Management Review*, 10. Jg., Nr. 3, 1985, S. 540-557.
- Ullrich, S. (2011)**, Internetbasierte Internationalisierung: Entscheidungsfindung, Umsetzung und Erfolgsmessung, Wiesbaden 2011.
- Ungericht, B./Raith, D./Korenjak, T. (2008)**, Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung? Kritische Reflexionen, empirische Befunde und politische Empfehlungen, Wien u. a. 2008.
- Universität Kassel (2013)**, Statistik I, Kapitel 2, [http://cms.uni-kassel.de/unicms/fileadmin/groups/w\\_030521/Statistik-I-Kapitel-2.pdf](http://cms.uni-kassel.de/unicms/fileadmin/groups/w_030521/Statistik-I-Kapitel-2.pdf), Abruf: 19.02.2013.
- Unterreitmeier, A. (2004)**, Unternehmenskultur bei Mergers & Acquisitions: Ansätze zu Konzeptualisierung und Operationalisierung, Wiesbaden 2004.
- Ussahawanitchakit, P./Limswan, S./Jantaraturapath, N./Sangboon, K./Sukkhewat, A./Thammavinyu, C./Sompong, A. (2009)**, Organizational culture, business ethics, environmental characteristics, and earnings quality: An empirical examination of SMEs in the central of Thailand, In: *International Journal of Business and Economics*, 9. Jg., Nr. 1, 2009, S. 13-26.
- Vaaland, T.I./Heide, M./Gronhaug, K. (2008)**, Corporate social responsibility: Investigating theory and research in the marketing context, In: *European Journal of Marketing*, 42. Jg., Nr. 9/10, 2008, S. 927-953.
- Valentine, S./Barnett, T. (2002)**, Ethics codes and sales professionals' perceptions of their organizations' ethics values, In: *Journal of Business Ethics*, 40. Jg., Nr. 3, 2002, S. 191-200.
- Valentine, S./Barnett, T. (2003)**, Ethics code awareness, perceived ethical values, and organizational commitment, In: *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 23. Jg., Nr. 4, 2003, S. 359-367.
- Valentine, S./Fleischman, G. (2008)**, Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction, In: *Journal of Business Ethics*, 77. Jg., Nr. 2, 2008, S. 159-172.
- Valentine, S./Godkin, L. (2009)**, Ethics, social responsibility, and ethical reasoning in an education-based health science center: When doing good results in good employees, In: *Journal of Leadership, Accountability & Ethics*, 7. Jg., Nr. 3, 2009, S. 61-77.

- Valentine, S./Godkin, L./Cyron, E./Fleischman, G. (2006)**, Perceived ethical values and small business problems in Poland, In: *Business Ethics: A European Review*, 15. Jg., Nr. 1, 2006, S. 76-85.
- Valentine, S./Godkin, L./Lucero, M. (2002)**, Ethical context, organizational commitment, and person-organization fit, In: *Journal of Business Ethics*, 41. Jg., Nr. 4, 2002, S. 349-360.
- Van Buren, H.J. III. (2005)**, An employee-centered model of corporate social performance, In: *Business Ethics Quarterly*, 15. Jg., Nr. 4, 2005, S. 687-709.
- Van den Bossche, F./Rogge, N./Devooght, K./Van Puyenbroeck, T. (2009)**, Robust CSR investment screening, HUB research paper 2009/05, Faculteit Economie & Management, Hogeschool-Universiteit Brussel, <https://irias.hubrussel.be/bitstream/123456789/2471/1/09HRP05.pdf>, Abruf: 18.03.2013.
- van Dick, R. (2004)**, Commitment und Identifikation mit Organisationen, Göttingen u. a. 2004.
- Van Duong Dinh, H. (2011)**, Corporate social responsibility: Determinanten der Wahrnehmung, Wirkungsprozesse und Konsequenzen, Wiesbaden 2011.
- van Marrewijk, M. (2003)**, Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communication, In: *Journal of Business Ethics*, 44. Jg., Nr. 2/3, 2003, S. 95-105.
- Velicer, W.F./Fava, J.L. (1987)**, An evaluation of the effects of variable sampling on component, image, and factor analysis, In: *Multivariate Behavioral Research*, 22. Jg., Nr. 2, 1987, S. 193-209.
- Verbos, A.K./Gerard, J.A./Forshey, P.R./Harding, C.S./Miller, J.S. (2007)**, The positive ethical organization: Enacting a living code of ethics and ethical organizational identity, In: *Journal of Business Ethics*, 76. Jg., Nr. 1, 2007, S. 17-33.
- Vinchur, A.J./Schippmann, J.S./Switzer, F.S. III./Roth, P.L. (1998)**, A meta-analytic review of predictors of job performance for salespeople, In: *Journal of Applied Psychology*, 83. Jg., Nr. 4, 1998, S. 586-597.
- Viswesvaran, C./Barrick, M.R./Ones, D.S. (1993)**, How definitive are conclusions based on survey data: Estimating robustness to nonresponse, In: *Personnel Psychology*, 46. Jg., Nr. 3, 1993, S. 551-567.
- Vitell, S.J./Paolillo, J.G.P. (2004)**, A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility, In: *Business Ethics: A European Review*, 13. Jg., Nr. 2/3, 2004, S. 185-199.
- Vives, A. (2006)**, Social and environmental responsibility in small and medium enterprises in Latin America, In: *Journal of Corporate Citizenship*, 21. Jg., Spring, 2006, S. 39-50.
- Vlachos, P.A./Theotokis, A./Panagopoulos, N.G. (2010)**, Sales force reactions to corporate social responsibility: Attributions, outcomes, and the mediating role of organizational trust, In: *Industrial Marketing Management*, 39. Jg., Nr. 7, 2010, S. 1207-1218.
- Vogt, H. (2012)**, Gewinn- und Kapitalbeteiligung, Wertvolle Teilhabe bindet doppelt, [http://www.mittelstandswiki.de/wissen/Gewinn-und\\_Kapitalbeteiligung](http://www.mittelstandswiki.de/wissen/Gewinn-und_Kapitalbeteiligung), Abruf: 30.10.2012.
- Voith (2010)**, Ressourcen sind begrenzt. Ideen nicht. Nachhaltigkeitsbericht 2010, [http://voith.com/de/de\\_voith\\_nachhaltigkeitsbericht\\_2010.pdf](http://voith.com/de/de_voith_nachhaltigkeitsbericht_2010.pdf), Abruf: 08.03.2013.
- Vollmert, M. (2007)**, Corporate social responsibility: Impact on applying and buying behaviour, Master thesis, Maastricht University, Faculty of Economics and Business Administration, <http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=11407>, Abruf: 19.03.2013.
- Vuontisjärvi, T. (2006)**, Corporate social reporting in the European context and human resource disclosures: An analysis of Finnish companies, In: *Journal of Business Ethics*, 69. Jg., Nr. 4, 2006, S. 331-354.
- Waddock, S.A./Graves, S.B. (1997)**, The corporate social performance-financial performance link, In: *Strategic Management Journal*, 18. Jg., Nr. 4, 1997, S. 303-319.
- Walker, M./Heere, B./Parent, M.M./Drane, D. (2010)**, Social responsibility and the Olympic games: The mediating role of consumer attributions, In: *Journal of Business Ethics*, 95. Jg., Nr. 4, 2010, S. 659-680.

- Wallau, F./Adenäuer, C./Kayser, G. (2007)**, BDI-Mittelstandspanel, Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung, Frühjahr 2007 – Langfassung, Untersuchung im Auftrag von BDI, Ernst & Young, IKB, IfM-Materialien Nr. 174, <http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/ifm-Materialien-174.pdf>, Abruf: 28.01.2013.
- Walter, B.L. (2010)**, Verantwortliche Unternehmensführung überzeugend kommunizieren: Strategien für mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit, Wiesbaden 2010.
- Walter-Busch, E. (1996)**, Organisationstheorien von Weber bis Weick, Amsterdam 1996.
- Wang, P./Walumbwa, F.O. (2007)**, Family-friendly programs, organizational commitment, and work withdrawal: The moderating role of transformational leadership, In: *Personnel Psychology*, 60. Jg., Nr. 2, 2007, S. 397-427.
- Watkins, J.W.N. (1972)**, Idealtypen und historische Erklärung, In: Albert, H. (Hrsg.): *Theorie und Realität: Ausgewählte Aufsätze zur Wissenschaftslehre der Sozialwissenschaften*, 2. Auflage, Tübingen 1972, S. 331-356.
- Wayne, S.J./Shore, L.M./Liden, R.C. (1997)**, Perceived organizational support and leader-member exchange: A social exchange perspective, In: *Academy of Management Journal*, 40. Jg., Nr. 1, 1997, S. 82-111.
- Webb, D.J./Mohr, L.A. (1998)**, A typology of consumer responses to cause-related marketing: From skeptics to socially concerned, In: *Journal of Public Policy & Marketing*, 17. Jg., Nr. 2, 1998, S. 226-238.
- Weeks, W.A./Loe, T.W./Chonko, L.B./Wakefield, K. (2004)**, The effect of perceived ethical climate on the search for sales force excellence, In: *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 24. Jg., Nr. 3, 2004, S. 199-214.
- Weiber, R./Mühlhaus, D. (2010)**, Strukturgleichungsmodellierung: Eine anwendungsorientierte Einführung in die Kausalanalyse mit Hilfe von AMOS, SmartPLS und SPSS, Berlin u. a. 2010.
- Weischer, C. (2007)**, Sozialforschung, Konstanz 2007.
- Welford, R. (2005)**, Corporate social responsibility in Europe, North America and Asia: 2004 survey results, In: *Journal of Corporate Citizenship*, 17. Jg., Spring, 2005, S. 33-52.
- Welford, R. (2008)**, Work life balance in Hong Kong: Survey results, April 2008, The University of Hong Kong and CSR Asia, <http://csr-asia.com/upload/WLB%202008%20Final.pdf>, Abruf: 31.10.2012.
- Welker, M./Werner, A./Scholz, J. (2005)**, Online-Research: Markt- und Sozialforschung mit dem Internet, Heidelberg 2005.
- Weston, R./Gore, P.A. Jr. (2006)**, A brief guide to structural equation modeling, In: *The Counseling Psychologist*, 34. Jg., Nr. 5, 2006, S. 719-751.
- Westphal, A./Gmür, M. (2009)**, Organisationales Commitment und seine Einflussfaktoren: Eine qualitative Metaanalyse, In: *Journal für Betriebswirtschaft*, 59. Jg., Nr. 4, 2009, S. 201-229.
- Weyer, G./Hodapp, V./Neuhäuser, S. (1980)**, Weiterentwicklung von Fragebogenskalen zur Erfassung der subjektiven Belastung und Unzufriedenheit im beruflichen Bereich (SBUS-B), In: *Psychologische Beiträge*, 22. Jg., Nr. 2, 1980, S. 335-355.
- Wheaton, B./Muthén, B./Alwin, D.F./Summers, G.F. (1977)**, Assessing reliability and stability in panel models, In: *Sociological Methodology*, 8. Jg., Nr. 1, 1977, S. 84-136.
- Wirtschaftslexikon (2012)**, Wirtschaftslexikon24.net, Stichwort: Test-Variable, <http://www.wirtschaftslexikon24.net/e/test-variable/test-variable.htm>, Abruf: 08.02.2013.
- Wirtz, B.W. (2011)**, Business Model Management: Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, 2. Auflage, Wiesbaden 2011.
- Witte, E. (1981)**, Nutzungsanspruch und Nutzungsvielfalt, In: Witte, E. (Hrsg.): *Der praktische Nutzen empirischer Forschung*, Tübingen 1981, S. 13-40.
- Wolff, A.C. (2008)**, Werbemanagement in jungen Wachstumsunternehmen: Eine Analyse des Einflusses der Werbeplanung und -kontrolle auf den Erfolg junger Wachstumsunternehmen unter Berücksichtigung der Unternehmensentwicklung, Wiesbaden 2008.
- Wood, D.J./Jones, R.E. (1995)**, Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance, In: *The International Journal of Organizational Analysis*, 3. Jg., Nr. 3, 1995, S. 229-267.

- Yousef, D.A. (1998)**, Satisfaction with job security as a predictor of organizational commitment and job performance in a multicultural environment, In: *International Journal of Manpower*, 19. Jg., Nr. 3, 1998, S. 184-194.
- Zahn, Y./Valta, K.S./Ivens, B.S. (2011)**, Überblick und Vergleich der unternehmens-externen und -internen CSR-Aktivitäten, Kontrollinstanzen und Sanktionsmechanismen, working papers series No. 011, Marketing Department, Otto-Friedrich-University, [http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi\\_lehrstuehle/absatzwirtschaft/Bilder/Publicationen/011\\_Zahn\\_Valta\\_Ivens\\_2011.pdf](http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi_lehrstuehle/absatzwirtschaft/Bilder/Publicationen/011_Zahn_Valta_Ivens_2011.pdf), Abruf: 19.02.2013.
- Zaltmann, G./Pinson, C.R.A./Angelmar, R. (1973)**, *Metatheory and consumer research*, New York u. a. 1973.
- ZEIT ONLINE (2012)**, DIVERSITY MANAGEMENT: Vielfalt in der Belegschaft zahlt sich aus, <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2012-04/diversity-unternehmen>, Abruf: 25.04.2013.
- ZENDAS (2012)**, Zentrale Datenschutzstelle der baden-württembergischen Universitäten, Protokollierung der Ausfülldauer bei wissenschaftlichen Umfragen, [http://www.zendas.de/themen/umfragen/umfragen\\_ausfuelldauer.html](http://www.zendas.de/themen/umfragen/umfragen_ausfuelldauer.html), Abruf: 19.02.2013.
- Zhang, J. (2010)**, Employee orientation and performance: An exploration of the mediating role of customer orientation, In: *Journal of Business Ethics*, 91. Jg., Supplement, 2010, S. 111-121.
- Zhang, L. (2012)**, A business ethics model based on social identity theory and its application, In: Qu, X./Yang, Y. (Hrsg.): *Information and Business Intelligence International Conference, IBI 2011*, Chongqing, China, December 23-25, 2011, Proceedings, Part II, Berlin u. a. 2012, S. 554-559.
- Zick, A. (2002)**, Die Konflikttheorie der Theorie sozialer Identitäten, In: Bonacker, T. (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Konflikttheorien: Eine Einführung*, Friedens- und Konfliktforschung, Band 5, Opladen 2002, S. 409-426.
- Zimmermann, M./Jordan, R. (2003)**, Online-Mitarbeiterbefragungen, In: Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hrsg.): *Online-Marktforschung: Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen*, 2. Auflage, Wiesbaden 2003, S. 91-114.
- Zinnbauer, M./Eberl, M. (2004)**, Die Überprüfung von Spezifikationen und Güte von Strukturgleichungsmodellen: Verfahren und Anwendungen, In: Ludwig-Maximilians-Universität München (Hrsg.): *Schriften zur Empirischen Forschung und Quantitativen Unternehmensplanung*, Heft 21, [http://www.imm.bwl.uni-muenchen.de/forschung/schriftenefo/ap\\_efoplan\\_21.pdf](http://www.imm.bwl.uni-muenchen.de/forschung/schriftenefo/ap_efoplan_21.pdf), Abruf: 03.08.2012.
- Zitate (2011)**, Stichwort: Verantwortung, <http://www.zitate.de/db/ergebnisse.php?stichwort=Verantwortung>, Abruf: 22.09.2012.