

Corporate Social Responsibility – Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften in China

China erlebt in diesen Jahren einen wirtschaftlichen Aufschwung ohne Gleichen. Jährliche Wachstumsraten von durchschnittlich 8 Prozent muten nicht nur für deutsche Beobachter atemberaubend an. Sie beflügeln schon seit Jahren die Phantasien von Managern und Investoren, die sich fragen, wie sie sich am wirtschaftlichen Wachstum in China beteiligen können, um ein Teil der neuen Erfolgsstory zu werden. Allerdings zeigen sich auch immer wieder Unsicherheiten, wie ein nachhaltiges und wirtschaftlich erfolgreiches Handeln in China konkret realisiert werden kann.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	5
Ingo Schoenheit Corporate Social Responsibility – deutsche und internationale Perspektiven am Beispiel China	7
Zyhiyi He Corporate Social Responsibility – Herausforderung und Ansporn für die chinesische Wirtschaft	22
Wolf Michael Iwand TUI bewegt: Im Reich der Mitte mit „seidenen Sitten“ auf dem großen Sprung – Chancen, Grenzen, Zielkonflikte	30
Reinhold Kopp Volkswagen in China – Partner auf dem Weg zu nachhaltiger Mobilität	45
Burkhard Remmers CSR – ein Mehrwert in China? Chancen und Risiken eines mittelständischen Engagements auf dem chinesischen Markt	55
Maren Böhm Lieferantenauditierung und runde Tische in China	69
Ursula Hansen Lernen und Lehren über CSR als interkulturelle Herausforderung des globalen Wirtschaftens	74
Klaus Piepel CSR in China – Erfahrungen und Herausforderungen am Beispiel der Spielzeugindustrie	80
Axel Nordmann Monitoring von CSR-relevanten Entwicklungen in China	94
Literatur	107
Autoren	109
econsense Darstellung	118
imug Darstellung	120

Schoenheit, I.; Iwand,
W.; Kopp, R. (Hrsg):
Corporate Social
Responsibility –
Verantwortung für
nachhaltiges
Wirtschaften in China.
BEUTH, Berlin 2006.

ISBN
3-410-16216-X