



1. Aufl. 2020, XIV, 528 S. 175 Abb.

### Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 44,99 € (D) | 46,25 € (A) | CHF 50,00

### eBook

[2] 34,99 € (D) | 34,99 € (A) | CHF 40,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder [springer.com/shop](http://springer.com/shop)

Marina Schmitz, René Schmidpeter (Hrsg.)

# CSR in Rheinland-Pfalz

Nachhaltige Entwicklung aus Sicht von Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft

Reihe: Management-Reihe Corporate Social Responsibility

- Einblicke in die lokale Diversität von CSR in Deutschland
- Viele Impulse zur Weiterentwicklung von CSR-Kompetenzen
- Mit Praxisbeispielen vieler Hochschulen und Unternehmen

Dieses Buch liefert Ihnen Managementwissen zur Corporate Social Responsibility. Dieses Buch beschreibt die Entwicklungen im Bundesland Rheinland-Pfalz im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR). Die Herausgeber beleuchten dieses Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Die Beiträge in diesem Buch arbeiten die Erfahrungen und das Fachwissen von zahlreichen rheinland-pfälzischen CSR-Experten aus folgenden Bereichen auf: Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Politik. Dadurch vermittelt Ihnen dieses Buch einen umfassenden Überblick zur Corporate Social Responsibility und liefert gleichzeitig praxisorientiertes Insiderwissen. Auf diese Weise leistet dieses Buch einen wertvollen Beitrag für die zukünftige Ausrichtung und Weiterentwicklung des Corporate Social Responsibility-Standortes Rheinland-Pfalz. Darüber hinaus erhalten Sie fundiertes Fachwissen und innovative Anregungen – ideal für CSR-Verantwortliche in anderen deutschen Bundesländern. Wie lassen sich Nachhaltigkeit und Wettbewerb vereinen? Das Thema der gesellschaftlichen Verantwortung gewinnt aus Sicht der Herausgeber immer mehr an Bedeutung. Schließlich haben aktuelle Entwicklungen wie die digitale Transformation Auswirkungen auf die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, zum Beispiel durch eine strategische Etablierung in den Bereichen CSR und unternehmerische Nachhaltigkeit. Um dabei erfolgreich zu sein, vermittelt Ihnen dieses Buch unternehmerisches Managementwissen mit Blick auf Corporate Social Responsibility. Dafür ist das Werk in drei Teilabschnitte untergliedert: Impulse und Fallbeispiele aus der Wissenschaft, Stimmen und Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis, Impulse und Fallbeispiele von Netzwerkakteuren, Verbänden, Zivilgesellschaft und Politik. Erfahren Sie in den gesammelten Fachbeiträgen – verfasst von maßgeblichen Expertinnen und Experten – u. a.

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: [customerservice@springer.com](mailto:customerservice@springer.com) / Web: [springer.com](http://springer.com)

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

