



## Corporate Social Responsibility in Netzwerken des Einzelhandels

Eine strukturationstheoretische Perspektive  
auf die Umsetzung

Von Marco Steppe

2026, 458 S., brosch., 119,- €

ISBN 978-3-7560-4166-4

E-Book 978-3-7489-7117-7

(Arbeit, Digitalisierung und Organisation,  
Bd. 4)



Der Autor untersucht in diesem Werk Zusammenhänge aus Sicht des fokalen Lebensmitteleinzelhandelsunternehmens in „seinem“ Netzwerk im Kontext des komplexen Phänomens der Umsetzung von Corporate Social Responsibility.

Anhand einer Einzelfallstudie wird – unter Zugrundelegung der Strukturationstheorie als Fundament – deutlich, dass die Umsetzung der originären CSR-Philosophie in einem Einzelhan-

delsnetzwerk und die multiplen und multiplexen Beziehungen zwischen den Netzwerkpartnern, vor allem zwischen dem Einzelhandelsunternehmen und seinen Lieferanten, in einem sich gegenseitig beeinflussenden, rekursiven Verhältnis zueinander stehen.

Die verfasste wissenschaftliche Arbeit ist in den Bereich der interorganisationalen Netzwerkforschung einzuordnen.

Digital verfügbar auf [inlibra.com](https://www.inlibra.com)

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de) | Kundenservice +49 7221 2104-222 | [service@nomos.de](mailto:service@nomos.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos