Anhang

Anhang A: Auszug aus dem Codebuch (Online-Anhang)

Tabelle A: Auszug aus dem Codebuch zu den Experteninterviews mit Einkäufern und Lieferanten

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Dimension: *Signifikation* → Interpretative Schemata Die hier enthaltenen Codes (als Modalitäten) beschreiben, inwiefern eine Konstitution des Sinns von CSR für den jeweiligen Akteur (Interviewten) erfolgt. Sie lassen sich als interpretative Schemata zusammenfassen, der Akteur deutet über die Inhalte demnach, wie CSR umgesetzt werden soll.		
Schema		Ein Schema ist eine Art Plan, der erklärt, in welcher Reihenfolge bestimmte Handlungen erfolgen. Es ist ähnlich dem Begriff des Handlungsmusters bzw. wird teilweise synonym hierzu verwendet. Im CSR-Kontext bedeutet dies, dass die Umsetzung in einer bestimmten Art mit einer festgelegten Reihenfolge zu beobachten ist bzw. beschrieben wird (Loew, 2005). Im betrachteten Unternehmen finden sich entsprechende Schemata in den CSR-Dokumenten (vgl. Tabelle 10). Diese in den betreffenden Dokumenten gefundenen Inhalte stellen essenzielle Instrumente der CSR-Umsetzung dar (vgl. Abschnitt 3.4.2; Loew, 2005). **Codierregel**: Der Code bezieht sich in diesem Sinne auf Aussagen, die vordefinierte Handlungsmuster betreffen.
Visionen		Die Umsetzung von CSR fußt auf einer strategischen Ausrichtung. Zu dieser zählen auf normativer Ebene insb. CSR-Visionen, CSR-Leitbilder und CSR-Ziele (Harms et al., 2013; Schmidpeter, 2015; vgl. Abschnitt 3.4.1 (b)). Eine CSR-Vision enthält die Beschreibung, was übergeordnet oberhalb der Ziele als gesamte Ausrichtung inklusive der Darstellung des eigenen Auftretens bzw. der eigenen grundsätzlichen Position im Kontext von CSR eingenommen wird (Kleinfeld & Schnurr, 2010, S. 327). In der Vision ist der Zweck enthalten, der mit CSR verbunden wird (Kleinfeld & Schnurr, 2010, S. 327). **Codierregel**: Zu codieren sind alle Stellen, bei denen über die Unternehmensvision allgemein oder im Kontext mit CSR gesprochen wird.

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Leitbilder	Philosophie, Unternehmensphilosophie	„Das Leitbild einer Organisation formuliert kurz und prägnant den Auftrag (Mission), die strategischen Ziele (Vision) und die wesentlichen Orientierungen für die Art und Weise ihrer Umsetzung (Werte). Es soll damit allen Organisationsmitgliedern eine einheitliche Orientierung geben und die Identifikation mit der Organisation unterstützen“ (Krems, 2024). Leitbilder bilden demnach die Basis für die Vorstellung, wie CSR grundsätzlich zu verstehen ist. **Codierregel**: Zu codieren sind alle Stellen, bei denen über das Leitbild allgemein oder im Kontext mit CSR gesprochen wird, auch synonym z. B. über die „Unternehmensphilosophie“ (Rottluff, 2018, S. 172). *Notwendige Abgrenzung:* *Verständnis (Signifikation): Leitbild ist eher eine Vorgabe, Verständnis stellt eher das Gemeinsame, das Unterstützende in den Vordergrund* *Normen (Legitimation): Leitbilder sind eine vorgegebene Richtung ("wo soll es hingehen"), Norm ist eher auf gewünschtes Verhalten gerichtet, also schon etwas konkreter ("was soll getan werden")*
Ziele		CSR-Ziele werden von der Vision und den Leitbildern abgeleitet und bilden konkrete, bis zu einem bestimmten vordefinierten Zeitpunkt auszuführende Maßnahmen ab. Sie legen daher fest, was im CSR-Kontext erreicht werden soll (Kleinfeld & Schnurr, 2010, S. 327). **Codierregel**: Zu codieren sind alle Stellen, bei denen über konkrete CSR-Ziele und Benchmarks gesprochen wird.
Kultur		Schein (1995, S. 25) definiert Unternehmenskultur als „[...] ein Muster gemeinsamer Grundprämissen, das die Gruppe bei der Bewältigung ihrer Probleme externer Anpassung und interner Integration erlernt hat, das sich bewährt hat und somit als bindend gilt; und das daher an neue Mitglieder als rational und emotional korrekter Ansatz für den Umgang mit Problemen weitergegeben wird“. Nach Sydow (1992, S. 206) „[…] verfügen Organisationen über das Potential, auf den symbolisch-kulturellen Kontext und damit die Erwartungsbildung [und letztlich die Institutionen selbst] aktiv einzuwirken“ (vgl. Abschnitt 4.2.2). **Codierregel:** Zu codieren sind Inhalte, bei denen Aussagen zur eigenen Unternehmenskultur, der Unternehmenskultur der beteiligten Netzwerkpartner und zur Kultur im

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		Netzwerk gemacht werden und allgemeine Aussagen, was unter Kultur im CSR-Kontext verstanden wird.
Wahrnehmung		Wahrnehmung beschreibt, wie die betreffenden Akteure das Handeln anderer Akteure im CSR-Kontext erkennen und erfahren bzw. ob es bestimmte Wahrnehmungsmuster gibt, wie die Umsetzung von CSR erkannt und erfahren wird. In diesem Zusammenhang ist CSR nicht nur ein Bindungselement für Mitarbeiter, sondern kann auch nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn es überhaupt entsprechend wahrgenommen wird (Rademacher, 2016, S. 103 f.). **Codierregel**: Der Code wird daher für Aussagen genutzt, die Kenntnis darüber geben, ob der Akteur CSR als Konzept oder Instrument wahrnimmt bzw. in welcher Art und Weise. Unter Wahrnehmung fällt auch, wenn der Befragte Wünsche, Hoffnungen oder eine explizite Erwartungshaltung zum Ausdruck bringt. *Anmerkung:* *Die Wahrnehmung drückt immer eine Wertung aus (bspw. gut, schlecht, wichtig, unwichtig) und beinhaltet auch Hoffnungen oder Wünsche.*
Muster		Muster sind bestimmte Verhaltensweisen, die typisch und immer wieder in einem bestimmten Kontext zu beobachten sind. Diese Verhaltensmuster bedeuten im Kontext von CSR, dass bspw. zu erkennen ist, wie bei bestimmten Themen oder Aspekten immer wieder gleiches oder sehr ähnliches Handeln, z. B. bei der Umsetzung, beobachtbar ist (Martin, 2017, S. 350 f.). In der Strukturationstheorie wird dies im Akteursmodell näher erörtert (Giddens, 1997; vgl. Abschnitt 4.1.3). In der Organisationsforschung wird Verhaltensmustern ein erhebliches Einflusspotenzial auf das Funktionieren und den Erfolg von Organisationen zugeschrieben (Martin, 2017, S. 350 f.). **Codierregel**: Verhaltensmuster bedeuten im Kontext von CSR, dass bspw. zu erkennen ist, wie bei bestimmten Themen oder Aspekten immer wieder gleiches oder sehr ähnliches Handeln (z. B. bei der Umsetzung) beobachtbar ist.
Verständnis		Die strategische Umsetzung von CSR bedingt, dass ein Mindestmaß an gemeinsamem CSR-Verständnis in einer Organisation vorliegt (vgl. Abschnitt 3.4.1). Für eine erfolgreiche Umsetzung muss CSR Bestandteil aller Strukturen werden und das CSR-Verständnis entsprechend implementiert sein (Kleinfeld & Schnurr, 2010, S. 338). Der Code betrifft somit das gemeinsame Verständnis bei der Umsetzung von CSR, bspw. wie das gemeinsame

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		Kommunikationsverständnis ausfällt. Der Code bezieht sich auf Aussagen, die ein solch kollektives CSR-Verständnis thematisieren. **Codierregel:** Der Code betrifft das gemeinsame Verständnis bei der Umsetzung von CSR, bspw. wie das gemeinsame Kommunikationsverständnis ausfällt. Der Code bezieht sich auf Aussagen, die ein solch kollektives CSR-Verständnis thematisieren. Wichtige Konzepte/Begriffe: CSR-Schwerpunkte; das Gemeinsame steht im Fokus; welchen Stellenwert hat CSR *Notwendige Abgrenzung:* *siehe Code Leitbilder (Signifikation)* *Anmerkung:* *Häufiges Thema: CSR-Schwerpunkte, was ist besonders wichtig in Richtung CSR.*
Sprache		Durch die ausgeübte Handlung der Kommunikation wird rekursiv Einfluss auf das Strukturmoment der Signifikation genommen (vgl. Ortmann et al., 2000b, S. 325 ff.). In der Organisationsforschung wird in diesem Zusammenhang von „corporate language" gesprochen, also einer eigenen Unternehmenssprache, die einen wesentlichen Einfluss auf die Identität einer Organisation hat (vgl. Schneider, 2018, S. 293 ff.). **Codierregel:** Dieser Code beschreibt das im Kontext von CSR genutzte Vokabular sowie typische Schlagwörter, Begrifflichkeiten und Formulierungen. Hierzu werden Aussagen gezählt, die sich auf die im Unternehmen vorherrschende „CSR-Sprache" beziehen.
Ethik	Moral	Über den Begriff der Ethik werden die Bedingungen rekonstruiert, unter denen eine Handlung als moralisch eingestuft werden kann (Jonker et al., 2011). Grundbegriffe der Ethik sind: „Werte, Normen und Pflichten" (Jonker et al., 2011, S. 101). Laut Luo (2006) ist Ethik ein wichtiger Aspekt strukturationstheoretischer Überlegungen bei MNU-Kooperationen (vgl. Abschnitt 4.4.2). In den Interviews können so Aussagen ausgewertet werden, mit denen das ethische Verständnis im Kontext zur Umsetzung von CSR beschrieben wird. Moral kann demgegenüber als Normensystem bzw. als die Werte und Normen einer bestimmten, zu charakterisierenden Gruppe aufgefasst werden. Diese Moral wird zugrunde gelegt für das legitime Handeln nach den bestehenden Werten und Normen (Morner, 2010, S. 335). **Codierregel:** Mit diesem Code werden Stellen mit Aussagen zum ethischen Verständnis im Kontext zur Umset-

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		zung von CSR beschrieben. Das ethische Verständnis bildet eine wesentliche Ausgangsbasis, wie Akteure CSR grundlegend sehen. An diesem Verständnis orientieren sie sich anhand von fundamentalen Werten. *Anmerkung:* *Im zweiten Codierdurchgang wurden die Codes Ethik und Moral zusammengefasst, weil eine Differenzierung nicht notwendig erscheint.*
Reputation	Ruf	Die Reputation spiegelt wider, wie ein Unternehmen von seinen Stakeholdern wahrgenommen wird (vgl. Abschnitt 3.3.1). In einem CSR-Kontext kann durch nachhaltiges Handeln „[…] eine Steigerung der Reputation und somit eine zunehmend positive Wahrnehmung der Unternehmung erzielt werden" (Jonker et al., 2011, S. 167). Im Kontext von CSR beschreibt die dem Unternehmen zugeschriebene Reputation, wie dessen Ansehen – zumeist beurteilt durch die Gesellschaft – im Rahmen der Umsetzung seiner sozialen Verantwortung ausfällt (Jonker et al., 2011, S. 167). **Codierregel**: Der Code wird für Aussagen genutzt, die sich auf das Ansehen des Unternehmens beziehen.
Rahmenwerk	Leitfaden, Leitlinie	Ein Rahmenwerk ist eine Art Leitfaden, der im Kontext von CSR aufzeigt, wie das gesamte CSR-Verständnis oder bestimmte Aspekte hiervon umzusetzen sind (Loew, 2005). Dabei handelt es sich um ein essenzielles Instrument zur Umsetzung von CSR (vgl. Abschnitt 3.4.2; Loew, 2005). Meist werden dort die wesentlichen Leitsätze, Prinzipien etc. ausgeführt, inklusive ihrer Themen/Themenschwerpunkte/Handlungsfelder. Rahmenwerke zeigen, wie die Gestaltung zu bestimmten Themen sein soll, indem sie eine „Leitlinie" darstellen (Loew, 2005). **Codierregel**: Im betrachteten Unternehmen existieren entsprechende Dokumente, die als Rahmenwerk bzw. Leitlinie gelten (vgl. Abschnitt 6.3.2). Der Code bezieht sich somit auf Aussagen, die die verschriftlichten CSR-Grundsätze im Unternehmen (Rahmenwerk, Leitbild etc.) thematisieren. *Notwendige Abgrenzung:* *Richtlinie (Legitimation): sind verschriftlichte Normen, Gesetze, Regeln und daher sanktionierbar; im Gegensatz dazu ist ein Rahmenwerk, das der Orientierung dient, bei Nichteinhaltung nicht automatisch sanktionierbar* *Regeln (Legitimation): andere, allgemeine, nicht zwangsweise spezifisch (namentlich) angesprochene schriftliche Verträge*

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Dimension: *Herrschaft* → Machtmittel Die Codes (als Modalitäten) in der Dimension Herrschaft stellen Machtmittel der beteiligten Unternehmen im Kontext der Umsetzung von CSR in dem Netzwerk dar. Diese werden unterteilt in ökonomische & technische und autoritativ-administrative Machtmittel. Die Codes werden mit dem Ziel definiert, zu erkennen, wer mit welchen Mitteln wie an der Umsetzung von CSR beteiligt ist.		
Ressourcen	Humanressourcen (personelle Ressourcen, Kompetenzen); finanzielle Ressourcen (finanzielle Mittel, Geld, Kapital, Budget)	Der Einsatz von Ressourcen ist ein wesentlicher Aspekt jeder Unternehmenstätigkeit und ein bedeutender Faktor für die Art und Weise, wie CSR im Unternehmen umgesetzt und von außen wahrgenommen wird (Carroll, 1979). Fehlende Ressourcen stellen eine Barriere dar (Huq et al., 2013). Ressourcenschonung ist hingegen ein bedeutender Aspekt von CSR (Schubert & Knecht, 2012, S. 15). Der Ressourcenbegriff ist vieldeutig und umfasst in einer interdisziplinären Betrachtung materielle Güter sowie die Erweiterung um soziale, sozialökologische, personale oder auch psychische Merkmale (Schubert & Knecht, 2012, S. 15). Im Sinne der Strukturationstheorie sind Ressourcen außerdem – neben Regeln – ein wesentliches Element von Strukturen (Giddens, 1997, S. 45). **Codierregel** (Code *Ressourcen*): Der Code wird für Aussagen genutzt, mit denen allgemein auf den Ressourceneinsatz im Unternehmen Bezug genommen wird. **Codierregel** (Subcode *Humanressourcen*): Der Code wird für Aussagen genutzt, mit denen auf Humanressourcen im Unternehmen (z.B. Belegschaft, Ausbildung, Erfahrung, Intelligenz etc.) Bezug genommen wird. **Codierregel** (Subcode *Ressourcen (finanziell)*): Der Code wird für Aussagen genutzt, mit denen auf finanzielle Ressourcen im Unternehmen (z. B. Eigenkapital, Fremdkapital, Gewinne etc.) Bezug genommen wird. *Anmerkung:* *Mit diesem Code werden nur Aussagen markiert, die Ressourcen explizit als Machtmittel darstellen. Aussagen, bei denen Ressourcen in einem anderen Kontext genutzt werden, werden nicht mit diesem Code versehen. Der Machtaspekt muss in der Aussage erkennbar sein.* *Häufiges Thema bei Humanressourcen: Wie gehen die Partner mit ihren Mitarbeitern um?* *Im zweiten Codierdurchgang wurden die Ressourcencodes zu einem allgemeinen Code „Ressourcen" zusammengefasst und zwei Subcodes gebildet: (1) Humanressourcen (Personaleinsatz) und (2) Ressourcen (finanziell) (Budget, Kapitaleinsatz).*

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Eigentum		Akteure, die über allokative Ressourcen verfügen, sind im Besitz von Eigentum (Giddens, 1997, S. 315 ff.). Eigentum bezieht sich hier auf materielles Eigentum und dessen Bewahrung (vgl. Abschnitt 5.2.4). **Codierregel**: Aussagen, die sich über materielle Ressourcen hinausgehend explizit mit Eigentumsverhältnissen auseinandersetzen, werden mit diesem Code versehen.
Investitionen		Umweltinvestitionen sind Maßnahmen zur Erhaltung von Umweltgütern (Jonker et al., 2011, S. 197). Investitionen zählen zudem zu den ökonomischen und technischen Machtmitteln und sind als wesentliches Instrument der Investitions- und Finanzpolitik eines Unternehmens ein bedeutender Erfolgsfaktor (Becker & Peppmeier, 2022, S. 3 ff.). **Codierregel**: Aussagen, die sich auf Umwelt- bzw. CSR-Investitionen des Unternehmens beziehen, werden mit diesem Code versehen. Innovation bzw. eine innovative Einstellung ist hier wichtig.
Technik		Technik ist eine spezifische Unternehmensressource und wird deshalb als eigener Code definiert (vgl. Abschnitt 5.2.4). Technische Machtmittel, insb. Mittel der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), sind gerade im Zeitalter der Digitalisierung eine Ressource mit steigender Bedeutung, über die zunehmend Macht ausgeübt werden kann (Dietrich & Schirra, 2006, S. 177). **Codierregel**: Aussagen, die sich auf Technik oder IKT beziehen, werden mit diesem Code versehen.
Vertriebskanäle		Vertriebskanäle bzw. das Eigentum an diesen zählt zu den ökonomischen und technischen Machtmitteln (vgl. Abschnitt 5.2.4). Zusammen mit dem Einkauf bildet der Vertrieb zudem die interne Wertschöpfungskette (Jäger, 2016, S. 3). Multi-Channel-Konzepte haben eine zunehmende Bedeutung, deshalb zählt „die Wahl eines geeigneten Betriebstyps […] zu den zentralen strategischen Entscheidungen, die ein Handelsunternehmen zu treffen hat und besitzt wesentliche Auswirkungen auf die Konkurrenzfähigkeit“ (Jäger, 2016, S. 3). Nicht zuletzt wird über die Vertriebskanäle auch CSR kommuniziert bzw. umgesetzt, weshalb hierfür ein eigener Code definiert wird (Jäger, 2016, S. 3). **Codierregel**: Hier werden Aussagen codiert, die die Vertriebskanäle des Unternehmens thematisieren bzw. sich darauf beziehen, welche Machtausübung darüber transportiert wird.

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Koordination	Planung, Planungsinstrumente	Die Funktionalität eines Netzwerks wird im Wesentlichen von dessen Koordination bestimmt. Die Koordination zwischen den Netzwerkteilnehmern erfolgt vorwiegend über formell-vertragliche Regelungen (Sydow, 2010b, S. 382; Sydow & Duschek, 2011, S. 145). Diese werden durch das dominierende EH-Unternehmen vorgegeben. Koordination nimmt auch im Zusammenspiel von Macht und Vertrauen eine bedeutende Rolle ein, weshalb dieser Begriff als essenzieller Code identifiziert wurde (Kreis, 1993, S. 302). Nach einem betriebswirtschaftlichen Verständnis sind Koordination, Kontrolle, Überwachung und Planung wichtige Teilbereiche der allgemeinen Unternehmenskontrolle (Kreis, 1993, S. 302). Koordination ist in diesem Sinne definiert als die konkrete Ausgestaltung der einzelnen Geschäftsbeziehungen (Sydow, 2010b, S. 393). **Codierregel**: Umfasst demnach Aussagen, die sich auf die konkrete Koordination der Geschäftsbeziehungen beziehen. Wichtige Konzepte/Begriffe: Vertrauen; konkrete Ausgestaltung *Notwendige Abgrenzung:* *Organisation (Herrschaft): betrifft die Rahmengebung, während Koordination sich konkret auf angesprochene Maßnahmen in bestimmten Bereichen bezieht, hierbei ist der Vertrauensaspekt wichtig* *Steuerung (Herrschaft): übergeordnete Tendenzen, aber konkreter als grundsätzlicher Rahmen; Zuordnung von Verantwortlichkeiten (zusätzlich abzugrenzen von Norm: Norm = reine Vorgabe, Steuerung = aktives, kontinuierliches Management)*
Steuerung	Steuerungsmechanismen, Steuerungssystem	Die Steuerung des Unternehmens ist wie die Koordination Teil der Unternehmenskontrolle (Kreis, 1993, S. 302). In einem Netzwerk wird die Steuerung vom dominierenden Unternehmen übernommen (Provan et al., 2007). Über die Steuerung spiegeln sich außerdem die hierarchieähnlichen Strukturen wider (Sydow, 2010b, S. 382). Umfasst sind sowohl formelle als auch informelle Steuerungsmechanismen (vgl. Abschnitt 2.3.2). **Codierregel**: Der Code umfasst Aussagen, die sich explizit auf Steuerungsmechanismen und Steuerungssysteme beziehen und darauf, wer die Verantwortung zu tragen hat. Auch Aussagen, in denen es darum geht, jemanden zu etwas zu bringen, etwa den eigenen Anforderungen zu entsprechen, fallen unter Steuerung.

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		Notwendige Abgrenzung: *siehe Code Koordination (Herrschaft)* *Anmerkung:* *Subcode notwendig: Audit (Steuerungs-Tool)*
Organisation		Die Organisation zählt neben Personalmanagement, Kontrolle und Planung zu den klassischen Managementfunktionen eines Unternehmens (Sydow, 2010b). In Abgrenzung zu den übrigen Begriffen ist mit der Organisation eines Unternehmens dessen Funktionstüchtigkeit, Zusammensetzung, Struktur und Beschaffenheit gemeint (Dudenredaktion, 2024). Die Organisation ist daher der übergeordnete „Rahmen" aller übrigen Kontroll-, Steuerungs- und Beziehungsprozesse im Netzwerk (Dudenredaktion, 2024). **Codierregel**: Umfasst von diesem Code sind Aussagen, die sich auf rahmengebende Bedingungen beziehen.
Kommunikation		Organisationen beruhen im Wesentlichen auf Kommunikation und Koordination von unterschiedlichen sozialen Einheiten und damit auf den Beziehungen zwischen diesen (Raab, 2010). Interorganisationale Kommunikation ist auch im Sinne der Strukturationstheorie nicht nur wichtige strukturelle Bedingung, sondern auch einer der drei Teilbereiche der Handlungsebene (Loose & Sydow, 1994, S. 184 ff.). Nach einem betriebswirtschaftlichen Verständnis kann Kommunikation definiert werden als der Austausch von Informationen und Bedeutungen zwischen den Mitgliedern einer Organisation sowie zwischen der Organisation und ihrer Umwelt (Bea & Göbel, 2019, S. 261). **Codierregel**: Umfasst sind hier alle Aussagen zu kommunikativen Prozessen und Phänomenen im betrachteten Netzwerk, und zwar in dem Sinne, dass angesprochen wird, wer die Regeln der Kommunikation im Sinne eines Machtmittels festsetzt, wer also die Macht innehat, zu bestimmen, wie kommuniziert wird. *Anmerkung:* *Subcode notwendig: Audit (Kommunikations-Tool)*
Wissen	Wissensaustausch	Wissen bzw. der Austausch von Wissen ist eine beziehungsspezifische Aufgabe des Managements interorganisationaler Netzwerke (Sydow, 2010b). Wissen ist definiert als eine Mischung aus strukturierten und unstrukturierten Daten und Informationen, ergänzt durch die Erfahrungs- und Interpretationsrahmen, die Individuen und Organisationen entwickeln (Ackermann, Krancher, North, Schildknecht, & Schorta, 2020). Es umfasst

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		sowohl explizites Wissen, das leicht kommuniziert und dokumentiert werden kann, als auch implizites Wissen, das stark personengebunden ist und sich aus Erfahrungen und Fähigkeiten speist (Ackermann et al., 2020). **Codierregel**: Im Sinne der genannten Begriffsdefinition werden von diesem Code Aussagen zu Wissen, Wissensaustausch, Informationsaustausch, Wissensinterpretation, Erfahrungen und Fähigkeiten umfasst.
Kontrolle	Kontrollinstrumente, Hierarchie, Weisung	Nach einem betriebswirtschaftlichen Verständnis sind Kontrollmethoden, -prozesse und ausgebildete Hierarchien als „organisationale Ressourcen" zu verstehen, die durch die historische Entwicklung eines Unternehmens entstanden sind (Barney, 1991, S. 99 ff.). Kontrolle ist der Prozess der Überwachung und Bewertung von Aktivitäten, Ergebnissen und Prozessen innerhalb einer Organisation (Spindler, 2020, S. 36). Sie zählt zu den klassischen Managementfunktionen (Sydow, 2010b). Koordination wird durch Kontrolle ermöglicht (Bachmann, 2001, S. 351). **Codierregel**: Der Code wird für Aussagen genutzt, mit denen auf Überwachungs- und Bewertungsaktivitäten, Kontrollinstrumente, Hierarchien oder Weisungsbefugnisse eingegangen wird, sowie ggf. auf deren Auswirkungen auf die Beziehungs- und Vertrauensverhältnisse im Unternehmen (Barney, 1991, S. 99 ff.). *Anmerkung:* *Subcode notwendig: Audit (Kontroll-Tool)*
Potenziale	Kooperationspotenziale	Potenziale im Sinne von Kooperations- oder Strategiepotenzialen sind autoritativ-administrative Machtmittel (vgl. Abschnitt 5.2.4). „So wird etwa die Reproduktion der Herrschaftsordnung durch die Bezugnahme der Akteure auf Machtmittel zusätzlich geprägt durch die Einbeziehung von Interpretationsmustern und sozialen Normen" (Müller, 2008, S. 141). **Codierregel**: Codiert werden Aussagen im Sinne von Kooperations- oder Strategiepotenzialen als autoritativ-administrative Machtmittel.

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Dimension: *Legitimation* → Normen *Die Codes (als Modalitäten) in dieser Dimension beschreiben inhaltlich, welche Normen für die Umsetzung von CSR zwischen den beteiligten Unternehmen existieren bzw. aufgestellt sind. Diese Normen regeln die Sanktionierung (positiv & negativ) der beteiligten Unternehmen im Kontext von CSR.*		
Sanktionierung		Aufgrund der Unvollkommenheit von Vertrauen in den Netzwerkbeziehungen ist die Sanktionierung ein notwendiger Sicherungsmechanismus in Netzwerken, durch den eine Steuerung und Kontrolle des Verhaltens gewährleistet werden kann (Loose & Sydow, 1994, S. 187). „Sanktion" ist nach diesem Verständnis eine Maßnahme, die zur Durchsetzung von Regeln oder Normen dient und auf die Einhaltung dieser abzielt. Solche Maßnahmen können sowohl positiver (Belohnungen) als auch negativer (Bestrafungen) Natur sein (Ohder, 1998, S. 213). **Codierregel**: Mit diesem Code werden daher Aussagen erfasst, die sich auf entsprechende Sanktionierungsmaßnahmen beziehen. Diese können sowohl negativ (CSR ist ein K.o.-Kriterium) als auch positiv (CSR ist kein K.o.-Kriterium) formuliert sein. *Notwendige Abgrenzung:* *Gesetze (Legitimation): Gesetze sind sanktionierbar (im Sinne einer Androhung), während Sanktionierung den Vorgang bedeutet (eine Sanktion wird durchgeführt)*
Normen		Normen sind Verhaltensrichtlinien und Standards, die innerhalb einer Organisation festgelegt sind (Steinmann, Schreyögg, & Koch, 2013, S. 220). Normen verdeutlichen, welche Aktivitäten eines Subjektes gewünscht sind und als richtig und angemessen in einem sozialen System angesehen werden (Suchman, 1995). **Codierregel**: Hier werden Aussagen umfasst, die sich auf Verhaltensrichtlinien, Standards und daraus resultierende erwünschte Verhalten bzw. Handlungen beziehen. *Notwendige Abgrenzung:* *Leitbilder (Signifikation): eine vorgegebene Richtung („wo soll es hingehen")* *Normen (Legitimation): eher auf gewünschtes Verhalten gerichtet, also schon etwas konkreter („was soll getan werden")* *Anmerkung:* *Normen sind auf ein konkretes Tun des Gegenübers gerichtet und implizieren daher eine Erwartungshaltung.*
Gesetze		Gesetze sind eine Unterform der Kategorie „Normen". Nach dem in dieser Arbeit zugrunde gelegten Verständnis umfasst der Begriff „Gesetz" jene Normen, die innerhalb der Organisation als sanktionierbare Verhaltensvorgaben

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		verstanden bzw. interpretiert werden (Zschiesche, 2015, S. 92 ff.). Ein Gesetz ist demnach eine Vorschrift, die verbindlich innerhalb der Organisation gilt, während eine Norm eine allgemeine Regel bzw. ein allgemeiner Standard ist, der Anforderungen oder Maßstäbe definiert (Zschiesche, 2015, S. 92 ff.). **Codierregel**: Mit diesem Code werden Aussagen codiert, in denen Gesetze als verbindliche Vorschriften innerhalb einer Organisation betrachtet werden. Der Begriff muss von „Norm" abgegrenzt werden. *Notwendige Abgrenzung:* *siehe Code Sanktionierung (Legitimation)* *siehe Code Normen (Legitimation)*
Regeln	Verträge	Die Aufteilung von Aufgaben, Ressourcen etc. im Netzwerk erfolgt durch aufzustellende (formelle und informelle) Regeln der Zusammenarbeit (Sydow & Duschek, 2011). Regeln sind konkreter spezifizierte Gesetze (oder Normen) (Hungenberg & Wulf, 2021). Sie enthalten spezifische Anweisungen oder Verfahrensweisen, sind innerhalb der Organisation verbindlich und beziehen sich in der Regel auf konkrete Situationen oder Abläufe (Hungenberg & Wulf, 2021). **Codierregel**: In Abgrenzung zu Normen und Gesetzen wird folgende Codierregel angewendet: Normen sind allgemein, Gesetze sind allgemein und verbindlich, Regeln sind situationsspezifisch, konkret und verbindlich. *Notwendige Abgrenzung:* *siehe Code Rahmenwerk (Signifikation)*
Richtlinien	Codes of Conduct, Codes of Ethics, Verhaltenskodizes, Verhaltensrichtlinien	Richtlinien sind die in schriftliche Form gefassten Normen, Gesetze oder Regeln. Dabei handelt es sich um ausformulierte Dokumente (Loew, 2005). **Codierregel**: Mit diesem Code sind nur Aussagen zu codieren, die sich auf ausformulierte Dokumente beziehen. *Notwendige Abgrenzung:* *siehe Code Rahmenwerk (Signifikation)*
Labels & Zertifizierungen	Siegel, Gütesiegel	Labels und Zertifizierungen dienen der Bewertung der Qualität der umgesetzten CSR-Maßnahmen in einem Unternehmen. Verschiedene Organisationen vergeben Sozial- und Umweltgütesiegel an Unternehmen, die sich freiwillig zur Einhaltung ethischer Standards verpflichten (Jonker et al., 2011). **Codierregel** (Code *Labels & Zertifizierungen (Wirkung)*): Erfasst werden Aussagen, die sich auf Labels als Marketinginstrument beziehen. Dieses „Nach-außen-Tra-

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
		gen“ muss bei der Aussage im Vordergrund stehen, Label = Werbemittel. **Codierregel** (Subcode *Labels & Zertifizierungen (Prozess)*): Erfasst werden Aussagen, die sich auf den Prozess der Zertifizierung beziehen und die Maßnahmen, die dafür getroffen werden müssen. *Notwendige Abgrenzung:* *Zertifizierung: findet extern statt, stellt einen Prozess dar, den eine Organisation (ein Lieferant) durchlaufen muss (im Sinne einer strikten Abgrenzung wird hier ein Subcode definiert)* *Label: steht am Ende eines externen Zertifizierungsprozesses als „Auszeichnung“, kann aber auch intern kreiert werden; Label ist das Siegel bzw. Gütesiegel, mit welchem eine Organisation nach außen hin werben kann, ähnlich wie eine Marke, mit welcher man sich am Markt präsentiert und von der Konkurrenz abhebt* *Audit: häufiges Thema, aber schwierig als eigenständigen Code zu definieren, da klare Querschnittsmaterie; daher mehrere Subcodes je nach Funktion des Audits (siehe die verschiedenen Audit-Subcodes bei den Codes Kommunikation, Koordination und Steuerung)* *Anmerkung:* *Letztlich wird im Rahmen der Codierung aufgrund der „inhaltlichen Nähe“ der Begriffe der Labels und der Zertifizierungen und deren möglichen Überschneidungen auf die Bildung eigenständiger Codes verzichtet.*
Kooperation	Support, Kooperationspartnerschaft	Nach der Strukturationstheorie hängt die Bereitschaft eines MNU zur Kooperation positiv mit seinem CSR-Engagement zusammen (Luo, 2006). Kooperation bezeichnet die freiwillige Zusammenarbeit zwischen Organisationen, bei der Ressourcen, Wissen oder Fähigkeiten geteilt werden, um gemeinsame Ziele zu erreichen und gegenseitigen Nutzen zu erzielen. Diese Zusammenarbeit kann formell oder informell erfolgen (Gnyawali, Singal, & Mu, 2009, S. 387 ff.). **Codierregel** (Code *Kooperation*): Erfasst werden Aussagen zu Kooperationsinitiativen des Unternehmens sowohl formeller als auch informeller Natur. **Codierregel** (Subcode *Partnerschaft*): Zu codieren sind Aussagen zu Kooperationspartnerschaften. *Anmerkung:* *Subcode Partnerschaft notwendig: Kooperation ist etwas vergleichbar Loses, während eine Kooperationspartnerschaft etwas Fixeres, ggf. bereits Verschriftlichtes ist.*

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

Code (Modalität im CSR-Kontext)	Synonyme	Definition und Codierregel
Fairness		Fairness ist zum einen ein wesentliches Handlungsfeld des EH und ein wichtiges Kriterium entsprechender Labels & Zertifizierungen (vgl. Abschnitt 3.4.2). Fairness im betriebswirtschaftlichen Sinne bezeichnet die gerechte und gleiche Behandlung von Partnern, Mitarbeitern und Stakeholdern innerhalb einer Organisation oder in interorganisationalen Beziehungen (Schmidtchen, 2003, S. 65 ff.) **Codierregel**: Mit diesem Code werden Aussagen erfasst, die faires Verhalten innerhalb der Organisation bzw. des Netzwerks im Hinblick auf Partner, Mitarbeiter oder auch Stakeholder thematisieren.
Hilfskategorie „Analysebereiche“		
Unterkategorie: CSR-Auffassung *Der Unterkategorie „CSR-Auffassung“ werden die Segmente der Experteninterviews zugeordnet, die jeweils zum ersten Themenblock der Interviewleitfäden zugehörig sind und sich inhaltlich mit dem CSR-Verständnis allgemein beschäftigen (vgl. Tabelle 14 bzw. Interviewleitfäden im Anhang B).*		
Unterkategorie: Managementfunktionen und ihre Praktiken *Die vier Managementfunktionen beinhalten ihre jeweils zugehörigen Managementpraktiken. Diese können als soziale Praktiken verstanden werden und damit als „[…] durch Strukturen eingeschränkte, aber auch ermöglichte wiederkehrende Handlungen, die ihrerseits zur Re-Produktion oder auch Transformation der Strukturen führen“ (Giddens, 1984, zitiert nach Sydow & Duschek, 2011, S. 25). Die exakten Definitionen und Bedeutungen der vier Begriffe finden sich in Abschnitt 2.4.1 bzw. in Abbildung 7.*		
Selektion		Auswahlprozess der Netzwerkteilnehmer
Allokation		Verteilung von Aufgaben, Ressourcen etc.
Regulation		Abstimmung der Erledigung von Aufgaben und Aktivitäten im Netzwerk
Evaluation		Überprüfung von Kosten und Nutzen und Bestimmung über weitere Verteilung

(Quelle: eigene Darstellung)

© Nomos Verlagsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.